Dù ngọn nến của bạn có nhỏ bé cỡ nào, nó vẫn có thể thắp sáng cho ai đó ngoài kia. Dù bạn là ai, dù bạn sinh ra thế nào, chắc chắn bạn mang trong mình tài năng tiềm ẩn nào đó. Tài năng ấy sẽ giúp bạn vượt qua khó khăn nghịch cảnh và thu về những kinh nghiệm độc đáo, giúp bạn tỏa sáng.

Khi có duyên với viết sách là bạn có duyên với một sứ mệnh cao cả. Bởi vì khi xuất bản thành công và sách tới tay mọi người, bạn sẽ không thể biết trước ánh sáng tri thức của mình sẽ chỉ đường dẫn lối cho ai, và sẽ mang lại kết quả tuyệt vời thế nào đâu.

Bóng tối trong hang dù bao nhiêu ngàn năm đi nữa, cũng sẽ đều bị xua tan bởi một ngọn nến nhỏ. Tôi hy vọng chút ánh sáng từ cuốn sách này, sẽ giúp bạn xua tan bóng tối hoài nghi, để tự tin lan tỏa ánh sáng tri thức của chính bạn.

Ai cũng sống chỉ một lần. Tuy nhiên, đừng chỉ cháy hết mình. Hãy viết xong sách của bạn, hãy giúp đỡ những cây nến khác, và làm sáng bừng cả thế gian!

Hẹn bặp bạn trên bìa sách của bạn!







FUSUSU

Nguyễn Chu Nam Phương

Dù ngọn nến của bạn có nhỏ bé cỡ nào, nó vẫn có thể thắp sáng cho ai đó ngoài kia. Dù bạn là ai, dù bạn sinh ra thế nào, chắc chắn bạn mang trong mình tài năng tiềm ẩn nào đó. Tài năng ấy sẽ giúp bạn vượt qua khó khăn nghịch cảnh và thu về những kinh nghiệm độc đáo, giúp bạn tỏa sáng.

Khi có duyên với viết sách là bạn có duyên với một sứ mệnh cao cả. Bởi vì khi xuất bản thành công và sách tới tay mọi người, bạn sẽ không thể biết trước ánh sáng tri thức của mình sẽ chỉ đường dẫn lối cho ai, và sẽ mang lại kết quả tuyệt vời thế nào đâu.

Bóng tối trong hang dù bao nhiêu ngàn năm đi nữa, cũng sẽ đều bị xua tan bởi một ngọn nến nhỏ. Tôi hy vọng chút ánh sáng từ cuốn sách này, sẽ giúp bạn xua tan bóng tối hoài nghi, để tự tin lan tỏa ánh sáng tri thức của chính bạn.

Ai cũng sống chỉ một lần. Tuy nhiên, đừng chỉ cháy hết mình. Hãy viết xong sách của bạn, hãy giúp đỡ những cây nến khác, và làm sáng bừng cả thế gian!

Hẹn bặp bạn trên bìa sách của bạn!







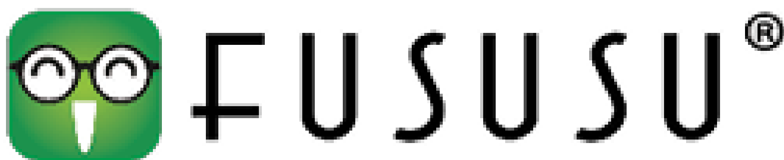
FUSUSU

Nguyễn Chu Nam Phương

VIẾT
sao cho hay



SÁCH
sao bán chạy?



Cám ơn mẹ, vì đã tin vào

Khả năng kể chuyện của con.

Cám ơn bố, vì đã thách thức nó.

Cám ơn bạn, vì đã chọn cuốn sách này.

Ở lượt đầu tiên,
bạn nên đọc
từ đầu tới cuối
như một
cuốn truyện.

MỤC LỤC

1 lời chào và tự hứa

3 lý do mãi là độc giả

Lý do #1 - Tôi không có gì để viết, tôi không nổi tiếng!

Lý do #2 - Tôi chỉ nói được thôi, còn viết thì...

Lý do #3 - Tôi muốn viết mà không có thời gian!

5 Ngôi Sao Giúp Sách Tỏa Sáng

Ngôi sao #1 - Con chữ từ tâm

Ngôi sao #2 - Sao chổi thông điệp

Ngôi sao #3 - Họa sĩ ngôn từ

Ngôi sao #4 - Hai loại thần lực

Ngôi sao #5 - Đừng viết, hãy xây!

7 bước "xây" sách thành công

Bước #1 - Mô tả hấp dẫn

Bước #2 - Tên sách ấn tượng

Bước #3 - "Lời chia tay" sâu sắc.

Bước #4 - "Lời mở đầu" hứa hẹn.

Bước #5 - Mô tả từng chương

Bước #6 - Viết "gối đầu"

Bước #7 - Viết, viết nữa, đừng viết mãi!

9 chìa khóa "tác giả Full-time"

Chìa khóa #1 - Hiểu quy trình xuất bản

Chìa khóa #2 - Danh sách độc giả

Chìa khóa #3 - Bài “bán sách” ấn tượng

Chìa khóa #4 - Blog riêng của bạn

Chìa khóa #5 - Cho đi thông minh

Chìa khóa #6 - Đưa sách lên “sàn”

Chìa khóa #7 - Phiên bản điện tử

Chìa khóa #8 - Review 5 sao chất lượng thực tế

Chìa khóa #9 - Đừng dừng lại ở một cuốn sách

Hỏi SUNG đáp SƯỚNG

Hẹn gặp bạn ở… bìa sách của bạn!


I CAN
'T
DO IT

1 lời chào và tự hứa

1 Lời Chào Và Tự Hứa

Với Bản Thân

Xin chào "đồng nghiệp" tương lai!

Tại sao tôi lại gọi bạn là "đồng nghiệp"?

Vì nếu đọc và thực hiện theo đúng chỉ dẫn trong cuốn sách này, bạn sẽ xuất bản thành công cuốn sách mơ ước và trở thành tác giả. Lúc đó, chẳng phải là chúng ta sẽ là đồng nghiệp hay sao? Mà bạn có thấy đây là một nghề tuyệt vời không?

(1) Lời nói gió bay, còn tri thức quý báu của bạn được viết ra trong một cuốn sách đã xuất bản, sẽ có cơ hội ở lại và giúp đời mãi mãi.

(2) Khi xuất bản sách thành công, bạn sẽ giúp được rất nhiều người. Thậm chí nếu sách được dịch ra nhiều thứ tiếng, bạn sẽ giúp cả thế giới!

(3) Một cuốn sách cũng giống như một tấm danh thiếp đặc biệt. Nó không chỉ giúp bạn nâng cao uy tín, mở rộng các mối quan hệ, mà còn thăng tiến nhanh chóng trong sự nghiệp và cuộc sống.

(4) Nguồn thu nhập từ sách là thụ động, tức là số dư tài khoản của bạn có thể tăng lên ngay cả khi bạn đang lim dim ngủ, hoặc làm bất cứ điều gì bạn thích.

(5) Nếu sách bán chạy, bạn có thể giàu có và tự do tài chính. Lúc đó, bạn có thể dành thời gian cho gia đình, cho sở thích nào đó,

hay cho những cuốn sách khác.

Và còn nhiều lý do khác nữa khiến tôi thật sự mong chờ giây phút ấy. Giây phút mà bạn trở thành một đồng nghiệp của tôi, hay giây phút tôi được đọc câu chuyện thành công từ bạn:

Bạn đã biết tới cuốn sách thế nào? Nó giúp bạn tháo gỡ mọi khúc mắc từ A-Z về viết sách ra sao? Thậm chí bạn đã hoàn tất bản thảo đầu tiên trong vài tháng, vượt xa mong đợi ngoài bìa là 9 tháng 10 ngày!

Tại sao tôi lại hứa với bạn như vậy?

Nếu có ai đó sẵn lòng mua mọi ước mơ, thì bạn có sẵn sàng để bán ước mơ của mình không? Chắc chắn là không rồi, ước mơ là vô giá. Sống mà không có ước mơ thì đâu khác gì bạn đã chết?

Do vậy, nếu bạn gặp tôi vào những năm 2010, bạn sẽ thấy tôi rất “giàu có”. Lúc đó tôi vẫn còn là sinh viên, mang trong mình bao khát khao cháy bỏng. Nếu quy ước mơ ra tiền, có lẽ tôi sẽ là tỉ phú. Sau khi mua rất nhiều sách phát triển bản thân rồi cũng bỏ xó không ít, ước mơ lớn nhất của tôi là một ngày nào đó mình sẽ trở thành tác giả.

Ước mơ sẽ mãi chỉ là mơ ước, nếu bạn không hành động mỗi ngày. Thế là tôi bắt tay vào hành động. Tôi đã viết được một ít, nhưng sau đó đi làm thêm, rồi cho phép hết việc này việc kia cuốn mình ra khỏi trang sách dang dở. Nhiều lúc rảnh rang định viết, nhưng rồi cái di động vẫy gọi, “Phương ơi, làm tí đi, lướt Facebook chút thôi, mai viết cũng được…”

Mà bạn biết rồi đấy: Thứ 2, 3, 4, 5, 6, 7, Chủ Nhật, đâu có thứ nào gọi là thứ mai? (Thở dài)

Cứ thế hết ngày mai này tới ngày mai khác. Hơn 5 năm trôi qua, cuối cùng thì tôi cũng đã viết suýt xong… phần mở đầu. Thật không thể tin nổi là tôi lại dám kể “thành tích” đáng xấu hổ này với bạn. Song sự thật là thế, đó là xuất phát điểm của tôi.

Còn hiện tại thì sao?

Khi bạn đang đọc tới chữ này, ngày 20/4/2021, tôi đã là tác giả của 7 cuốn sách đã xuất bản tại Việt Nam, gồm 2 cuốn truyện nhỏ, 1 cuốn tiểu thuyết to và 4 sách kỹ năng, 3 trong số đó đều từng lọt top sách bán chạy trên Tiki với hàng trăm Review 5 sao. Tới giờ, chúng vẫn được nhiều độc giả săn đón, và tái bản đều đặn mỗi năm, giúp tôi sống cuộc đời mơ ước:

Vừa du lịch, vừa viết lách.

Tôi chia sẻ không phải để khoe, mà để bạn thấy được sự khác biệt. Nếu một người từng ăn 4 điểm Văn thi tốt nghiệp như tôi, và cũng là "dân trì hoãn chuyên nghiệp" nhiều năm liền, đã có thể biến ước mơ thành hiện thực, thì bạn cũng hoàn toàn có thể!

Theo bạn, điều gì đã tạo ra sự khác biệt?

5 năm trước viết mãi không xong phần mở đầu và chỉ biết nằm mơ, còn 5 năm sau mỗi năm xuất bản ít nhất một cuốn sách và sống với ước mơ?

Đó chính là một lời hứa với bản thân.

Hãy yên tâm, tôi sẽ không yêu cầu bạn tự hứa kiểu như: "Đã có quá nhiều ngày mai rồi, mình phải quyết tâm hơn, mình phải xong sách trong tháng tới!!!"

Sau nhiều năm "vật lộn" với trì hoãn, tôi nhận ra cách tốt nhất để chiến thắng nó không phải là bạn hùng hổ đối đầu rồi thất bại. Một anh bạn của tôi từng nói: Ai mà chả có mặt tốt mặt xấu, điều quan trọng là họ thể hiện mặt nào với bạn. Tương tự, Trì Văn Hoãn cũng giống như một người bạn, có mặt tốt mặt xấu. Nếu bạn đối xử tốt với anh ta, thì anh ấy cũng sẽ đối xử tốt với bạn!

Thật ra, bạn không cần phải có quyết tâm cao độ để thực hiện ước mơ. Trong cuốn sách này, bạn sẽ được bật mí những phương pháp thú vị để biến viết lách thành thói quen, và bạn sẽ hoàn tất cuốn sách lúc nào không hay. Nếu quy trình ấy đã giúp tôi, thì chắc chắn sẽ giúp được bạn!

Lưu ý: Con số 9 tháng 10 ngày chỉ là tượng trưng cho khoảng thời gian "đứa con tinh thần" ra đời. Thực tế, những công cụ trong sách có thể giúp bạn viết và tự xuất bản nhanh hơn nhiều. Tất cả phụ thuộc vào việc bạn đọc và áp dụng thế mà thôi. Lời hứa quan trọng ở đây chính là...

Hãy trân trọng những gì bạn có!

Dù bạn sinh ra thế nào, dù hoàn cảnh của bạn ra sao, dù bạn đã trải qua những gì, thì tất cả đều là những trải nghiệm độc đáo. Nếu biết cách, bạn có thể biến chúng thành những câu chuyện đầy cảm hứng, và tạo ra sự khác biệt cho cuốn sách của mình.

Liệu vừa mù vừa điếc có thể viết sách?

Một bạo bệnh đã khiến Helen Keller bị mù và điếc ngay khi mới 19 tháng tuổi. Sau đó, bà bắt đầu học đọc, học viết, học nói, thậm chí bước vào giảng đường đại học, và có nhiều đóng góp tuyệt vời cho xã hội. Cuốn sách Câu Chuyện Đời Tôi của bà đã trở thành nguồn cảm hứng cho rất nhiều thế hệ sau này.

Không chân không tay có thể viết sách?

Không tay không chân từ khi sinh ra, tưởng chừng đó là kết cục cho một số phận đáng thương. Nhưng Nick Vujicic đã vượt qua nghịch cảnh, trở thành diễn giả với những bài nói chuyện vừa sâu sắc vừa hài hước. Cuốn sách Cuộc Sống Không Giới Hạn của anh đã lay động trái tim hàng triệu người.

4 điểm Văn thi tốt nghiệp có thể viết sách?

Bạn đang đọc cuốn sách thứ 8 của người đó đấy. Nếu như tôi làm được, bạn cũng sẽ làm được. Chỉ cần bạn tin rằng: Mọi thứ đều có thể, vấn đề là phương pháp. Sớm hay muộn, mọi viên đá IMPOSSIBLE đều sẽ vỡ tung thành I'M POSSIBLE!

Một lần nữa, hãy tự hứa với bản thân: "Tôi sẽ trân trọng mọi thứ mình đang có hoặc đã trải qua, dù các trải nghiệm ấy có đau đớn, thậm chí... tẻ nhạt tới mấy!"

Vì sao lại phải tự hứa như vậy?

Thật ra không có câu chuyện dở, chỉ có người chưa biết cách kể hay. Không có trải nghiệm nào tẻ nhạt, chỉ là do người ta chưa rút ra được bài học sâu sắc. Tất cả những gì bạn cần là học cách viết lách.

"Viết" sao cho hay, "lách" sao cho những con chữ đi vào trái tim độc giả và ở lại trong đó, thậm chí hòa tan vào máu, ngấm vào từng tế bào não. Nghe như phim ấy nhỉ? Song đó là điều bạn sẽ được bật mí từ A-Z thông qua cuốn sách này.

Nếu ai đó có thể kể câu chuyện cuộc đời bạn sinh động nhất, nếu ai đó có thể chia sẻ những bí quyết thành công của bạn chân thực nhất, thì không ai khác hơn, đó phải chính là bạn.

Điều này không một ai có thể làm thay cho bạn, kể cả bạn có thuê

người viết thì cũng khó mà truyền tải hết cảm xúc của bạn. Hơn nữa, khi bạn nói rằng mình đã tự tay viết cuốn sách ấy, thì cảm giác tự hào sẽ khác hẳn so với việc thuê ai đó viết hộ, phải không nào?

Một lần nữa, hãy đặt tay lên trái tim và thầm hứa với bản thân rằng: Dù có thế nào, bạn cũng sẽ trân trọng tất cả những gì mình đang có.

Tin tôi đi, khi bạn đặt tay lên tim, cảm nhận từng nhịp đập và nói ra một lời hứa, lúc ấy sẽ có một hoạt chất đặc biệt được bơm lên não và dần giúp bạn mở khóa tài năng đã ngủ quên bấy lâu nay.

Bạn đã làm chưa đấy?

Sau khi đã tự hứa với bản thân rằng bạn sẽ trân trọng mọi thứ mình có, thì hãy nhớ cuốn sách bạn đang cầm trên tay... cũng nằm trong danh sách đó đấy.

Hãy đọc hết nó nhé!

Thật ra, ý tưởng về một cuốn sách giúp người khác viết sách không hề mới. Tôi đã nghĩ về nó trước khi xuất bản cuốn sách đầu tay vào cuối 2015. Tuy nhiên, mãi tới 2021, sau khi tự xuất bản thành công 7 cuốn sách với nhiều phản hồi tích cực, tôi mới cho ra mắt cuốn sách này.

Tất cả để đảm bảo rằng các bí quyết bạn sắp nắm trong tay là dựa trên thực tiễn và thực sự hiệu quả. Chúng không chỉ được tôi học hỏi và tổng hợp từ những bậc thầy viết lách thành công trên thế giới như Adam Khoo (hơn 30 cuốn), Brian Tracy (hơn 70 cuốn), Tony Buzan (hơn 80 cuốn), v.v... mà còn là kinh nghiệm thực tế của tôi ở Việt Nam.

Tuy thế, liệu bạn có áp dụng thành công hay không còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố, trong đó quan trọng nhất là...

Tư duy đúng đắn, đập tan... may mắn!

Người ta nói muốn thành công thì ngoài chăm chỉ, bạn cũng cần có may mắn. Vậy tại sao tôi lại nói bạn hãy đập tan may mắn?

Thực tế là khi bạn càng chăm chỉ kiếm tìm giải pháp, bạn càng hăng hái áp dụng hiệu quả, thì thành công sẽ càng đến với bạn dễ dàng hơn. Niềm tin tích cực tạo ra suy nghĩ tích cực. Suy nghĩ tích cực tạo ra hành động tích cực. Hành động tích cực tạo ra kết quả tích cực. Kết quả tích cực, sẽ khiến nhiều người nghĩ rằng: Bạn thật may mắn.

Cuốn sách sẽ giúp bạn thế nào?

Cuốn sách gồm 4 phần, được thiết kế liền mạch để giúp bạn làm chủ kỹ năng tự viết và xuất bản sách. Do vậy ở lần đọc đầu tiên, hãy coi như bạn đang tham gia một khóa học mà tôi trực tiếp trò chuyện với bạn. Hãy đọc từ đầu tới cuối.

Phần I:

Bạn sẽ được khám phá những niềm tin tích cực (và đúng đắn) để "giải phóng vị tác giả phi thường" đang ngủ yên trong bạn. Ai đó có thể may mắn sở hữu năng khiếu môn Văn, nhưng chưa chắc đã viết xong một chương sách. Trong khi ấy, nhiều người không sở hữu năng khiếu viết lách, lại có thể xuất bản những cuốn sách bán chạy. Nếu họ có thể, thì bạn cũng có thể!

Phần II:

Bạn sẽ được bật mí các yếu tố làm nên một cuốn sách 5 sao. Ý tôi ở đây là những cuốn sách chất lượng, nhận được nhiều Review 5 sao thực tế từ độc giả. Chứ không phải là những cuốn sách dán

mác Bestseller, mà chất lượng không như quảng cáo.

Phần III:

Bạn sẽ được bật mí 7 bước nhỏ mà có võ, giúp bạn hoàn tất bất cứ cuốn "sách học" nào. "Sách học" là những cuốn sách giúp người đọc học hỏi được điều gì đó, một kinh nghiệm cụ thể từ bạn. "Sách truyện" hay tiểu thuyết là một mảng hoàn toàn khác, bạn sẽ hiểu rõ hơn ở phần sau.

Phần IV:

Thú thật với bạn, tôi là một tác giả hiếm hoi có thể tự viết, dàn trang, thiết kế bìa cho mọi cuối sách của mình. Không chỉ vậy, tôi còn tự in, tự xuất bản sách, tự đăng ký bản quyền, kể cả… tự bán sách.

Tôi làm vậy không phải để minh chứng mình tài giỏi, vì nói thật là làm một mình cũng đâu có sướng gì. Tôi làm để nắm rõ quy trình A-Z để biến một cuốn sách từ khi còn là ý tưởng trong đầu, cho tới lúc bạn cầm trên tay thơm mùi giấy mới, thậm chí tới lúc nó tới tay độc giả (mà mùi giấy vẫn còn thơm).

Ở phần này, bạn sẽ được tiết lộ đầy đủ 9 mẹo tự xuất bản và bán sách thành công.

Thật ra, tôi còn nhiều điều muốn tâm sự với bạn trước khi bắt đầu khám phá kho báu này. Tuy nhiên, có lẽ nên để chúng ở cuối sách với những món quà tặng thú vị.

Giờ tới lượt bạn, bạn mới là nhân vật chính trên hành trình này. Hãy lật trang để khám phá ba lý do khiến hầu hết mọi người người không thể viết sách, hoặc viết mãi không xong một cuốn (thậm chí phần mở đầu).

3 lý do mãi là độc giả

3 lý do khiến hầu hết mọi người chỉ là... độc giả



Thời còn đi làm, tôi may mắn được tiếp xúc với rất nhiều đồng nghiệp tài giỏi. Họ rất thích đọc sách, nhiều người trong đó cũng có ước mơ viết sách. Tôi tin rằng nếu sách của họ được xuất bản, chắc chắn sẽ có nhiều độc giả theo dõi. Vì xét về mặt kỹ năng và

kinh nghiệm, họ thậm chí còn vượt xa tôi!

Sau này khi trở thành tác giả, do vừa du lịch vừa viết lách nên có khi cả năm trời mới quay lại Hà Nội để thăm họ. Do hay quan tâm tới ước mơ của mọi người nên lần nào gặp lại tôi cũng hỏi:

“Này, sách của bạn sao rồi?”

Câu trả tôi nhận được thường là một cái lắc đầu kèm theo nụ cười gượng gạo. Họ vẫn là những độc giả tuyệt vời của các tác giả khác, và bản thảo cuốn sách dang dở vẫn đang nằm đâu đó. Khi hỏi nguyên nhân thì mỗi người đều có một lý do riêng khiến họ chưa thể bắt tay vào viết, hoặc viết mãi không xong một cuốn sách.

Hãy lật trang và khám phá ba nguyên nhân hàng đầu khiến hầu hết mọi người đầu hàng trước khi hoàn tất cuốn sách đầu tay, cũng như cách khắc phục chúng ngay từ bây giờ!

Lý do #1 - Tôi không có gì để viết, tôi không nổi tiếng!



Lý do #1

Tôi không có gì để viết,

tôi không nổi tiếng...

Đó là câu hỏi huyền thoại đã làm đau đầu biết bao thế hệ triết gia. Tôi cũng từng băn khoăn một câu hỏi tương tự. Đó là bạn nổi tiếng rồi thì mới viết sách, hay là cứ viết rồi bạn sẽ nổi tiếng?

Thời đó, vị sếp lớn nhất trong công ty tôi, cũng là một diễn giả nổi tiếng, đang viết sách. Khi biết tin, tôi đã mang câu hỏi ấy đến anh.

“Theo anh thì khi nào mình nên viết sách ạ? Nổi tiếng rồi mới viết hay cứ viết rồi sẽ nổi tiếng?”

Vị sếp cười và nói, “Sách là một ý tưởng mà em muốn nhiều người biết tới. Vậy thì khi có ý tưởng, em cứ viết thôi!”

Câu trả lời thật đơn giản, nhưng đã mở ra cho tôi một chân trời mới. Sách là tri thức, sách là sức mạnh, sách là... vô vàn định nghĩa khác nhau, khiến người ta tin rằng sách là một thứ gì đó siêu nhiên. Để tạo ra nó thì người viết sách cũng phải siêu nhân.

Thực tế, sách đơn giản là… giấy. Trên giấy có chữ, rất nhiều chữ, và chúng là ý tưởng, là lời tác giả muốn nói. Tùy vào cách nói, tùy vào nội dung mà sách được chia làm nhiều thể loại khác nhau.

Với lối suy nghĩ đơn giản ấy thì đây là ba loại sách chính mà các độc giả thường quan tâm.

(1) Nếu cách nói kể chuyện, còn nội dung tưởng tượng, thì đó là sách truyện hay tiểu thuyết.

(2) Nếu cách nói kể chuyện, kết hợp với nội dung thực tế, bạn sẽ có sách tự truyện hay hồi ký.

(3) Nếu cách nói chia sẻ kinh nghiệm, giúp độc giả thực hiện mục tiêu nào đó, thì bạn sẽ có sách học, sách kỹ năng, sách phát triển bản thân.

Cá nhân tôi đã dành nhiều thời gian nghiên cứu về tiểu thuyết, và tự xuất bản cuốn “Bật Đèn”. Tôi thấy rằng, để tạo ra sách truyện không đơn giản. Bạn sẽ phải mất nhiều hơn 9 tháng 10 ngày, có khi nhiều năm để hoàn thiện, mà khả năng thành công thường khó hơn các loại sách khác.

Vì sao?

Ngay cả Harry Potter, một tác phẩm huyền thoại như vậy mà không phải ai đọc cũng thấy hay. Đặc điểm của sách truyện là thường dành cho một đối tượng độc giả rất cụ thể, và khó có ai biết trước được liệu có thể thành công hay không. Thực tế là trước khi xuất bản, Harry Potter đã bị từ chối rất nhiều lần.

Thống kê cũng cho thấy, trừ J. K Rowling, nữ nhà văn tỉ phú hiếm hoi ra, thì không có nhiều tác giả "Full Time" và tự do tài chính nhờ sách truyện, tiểu thuyết. Hầu hết họ phải bươn trải cuộc sống để có thể tiếp tục niềm đam mê văn học của mình.

Bên cạnh đó, một cuốn sách chia sẻ về cách học ngoại ngữ hiệu quả thì từ trẻ em tới người già, sẽ đều cảm thấy cần thiết. Hay một cuốn sách nói về cách thức xây dựng thói quen tốt hoặc xóa bỏ một thói quen xấu nào đó, ai cũng sẽ cảm thấy hữu dụng.

Tôi gọi chúng là sách học, giúp bạn học được một điều gì đó cụ thể qua kinh nghiệm của tác giả. Thể loại sách này thật ra rất dễ viết, và rất dễ đến tay độc giả. Đó là lý do cuốn sách này tập trung giúp bạn viết sách học, sách kỹ năng, sách chia sẻ kinh nghiệm.

Tất nhiên, do dễ viết nên độ cạnh tranh của loại sách này cũng rất cao. Tuy thế, bạn đừng lo lắng, vì tất cả những gì bạn cần chỉ là kinh nghiệm và tâm huyết của bạn. Các công cụ ở phần sau sẽ giúp cho cuốn sách của bạn trở nên khác biệt và hấp dẫn.

Còn sách truyện hay tiểu thuyết, xin phép hẹn gặp bạn trong một cuốn sách khác. Phương châm của tôi là chỉ chia sẻ những kinh nghiệm hiệu quả. Nên một cuốn thôi chưa đủ, tôi cần phải xuất bản thêm vài cuốn tiểu thuyết nữa thì mới tự tin hướng dẫn bạn.

Phải nổi tiếng mới có người đọc?

Trước khi Harry Potter nổi tiếng, J. K Rowling chẳng là ai cả. Với thể loại sách truyện, thì hầu hết các tác giả trở nên nổi tiếng sau khi một cuốn sách nào đó của họ nổi tiếng, và tiếp tục nhờ tiếng

tăm đó để xuất bản các cuốn tiếp theo.

Vậy còn thể loại sách học, sách phát triển bản thân, sách chia sẻ kinh nghiệm chúng ta đang quan tâm thì sao? Câu trả lời là tiếng tăm có thể giúp cuốn sách của bạn cất cánh, nhưng liệu có bay xa được hay không, thì vẫn phụ thuộc vào chất lượng.

Hơn nữa, nổi tiếng là con dao hai lưỡi. Càng nhiều người biết đến bạn, chắc chắn họ sẽ càng kỳ vọng lớn vào sách của bạn. Nếu sách hay thì không sao, nhưng nếu cuốn sách đầu tay mà dở thì "tin xấu đồn xa" sẽ ảnh hưởng tới bạn và các cuốn sách sau này.

Lúc ấy, danh tiếng của bạn có thể nổi bồng bềnh, nhưng sách của bạn sẽ chìm nghỉm. Do đó, nếu cùng là nổi tiếng, thì tôi vẫn thích bạn chọn nổi tiếng là nhờ sách thì vẫn tốt hơn là dùng cái danh vốn có của bạn để làm cho sách nổi tiếng.

Bạn còn nhớ tôi định nghĩa sách là gì chứ?

Nó là giấy. Trên đó có chữ, là những điều mà bạn muốn nói với độc giả. Nếu bạn có một điều gì đó muốn nói với cả thế giới, thì hãy bắt tay vào viết sách, trước khi ý tưởng đó bị nhấn chìm vào vũng sình lầy của trì hoãn. Đơn giản như vậy thôi!

Còn niềm tin rằng bạn không nổi tiếng, thì không ai đọc sách của mình. Nó chỉ đúng với những cuốn sách kém chất lượng.

"Trăm năm bia đá cũng mòn, nghìn năm bia miệng vẫn còn trơ trơ", các cụ nói cấm có sai. Một công cụ quảng cáo mạnh mẽ mà chưa hình thức nào vượt mặt từ xưa tới nay, đó là "truyền miệng".

Nếu sách của bạn thực sự hay, người ta sẽ truyền tay nhau, nổi tiếng chỉ là hệ quả!

Một lần nữa, đừng quan tâm tới nổi tiếng!

Nếu ai đó viết sách vì cái danh tác giả, vì được nổi tiếng, vì được nhiều người biết đến, thì tôi dám cá cuốn sách đó sẽ không có gì

khác ngoài việc nói về cái tôi của họ, hoặc thỏa mãn mục đích ích kỷ nào đó. Tất nhiên, tôi sẽ không bao giờ giới thiệu một cuốn sách như vậy đến với bạn bè người thân.

Còn nếu tôi đọc sách mà thấy rằng tác giả thân thiện gần gũi, và thực sự giúp tôi tháo gỡ băn khoăn nào đó, giúp thắp sáng hy vọng trong tôi, thì dù tác giả đó thế nào, tôi vẫn sẽ ủng hộ và giới thiệu cuốn sách cho mọi người. Không chỉ vậy, tôi sẽ còn tiếp tục tìm đọc các cuốn sách khác của tác giả ấy!

Bạn thấy chứ?

Vấn đề vẫn là chất lượng.

Một người nổi tiếng có thể làm cho ai cũng biết tới cuốn sách của họ tạm thời, nhưng một cuốn sách để đời sẽ làm cho vị tác giả sống mãi.

Được rồi, tôi không nổi tiếng, nhưng...

Tôi chẳng có gì để viết thì sao?

Có thật là bạn không có gì để viết không? Vậy tại sao bạn đọc cuốn sách này?

Tin tôi đi, nếu như bạn có duyên đến với cuốn sách này, chắc chắn bạn có điều gì đó muốn nói với cả thế giới. Bên trong bạn có một hạt giống tiềm năng nào đó, chỉ là nó đang bị vùi trong lòng đất mà thôi.

Mà để lớn lên, hạt giống bị vùi trong lòng đất chuyện đương nhiên rồi! Đó cũng là lý do tôi yêu cầu bạn phải tự hứa phải trân trọng những gì mình có ngay ở chương đầu tiên. Bởi vì...

Bạn có nhiều thứ để viết hơn là bạn nghĩ!

Nếu biết cách, mọi trải nghiệm của bạn đều có thể đưa vào sách. Chẳng hạn, đã bao giờ bạn bị chó cắn hoặc thấy ai đó bị chó cắn chưa?

Bạn có nghĩ câu chuyện đơn giản như thế, lại có thể đưa vào sách và rút ra bài học không? Hãy thử đọc câu chuyện lần đầu tôi bị chó cắn.

Bạn có nỗi sợ nào đó không?

Người ta nói cách vượt qua nỗi sợ tốt nhất là đối diện với nó, còn tôi đã được học một cách khác tốt hơn. Đó cũng là lần đầu tôi bị chó cắn.

Một ngày hè đổ lửa cách đây hơn 20 năm, tôi chạy sang nhà hàng xóm chơi. Nếu mở cánh cửa gỗ nặng trịch ấy ra, bạn sẽ thấy một cô chó đen to bự. Cô ta nhìn tôi, vẫy đuôi xoành xoạch, rồi lặng lẽ quay đi như suy tính điều gì đó.

Một lát sau, tôi sực nhớ ra có chương trình TV hay ở nhà. Tôi chạy một mạch ra ngoài cửa, và…

Gấu gấu, ái ối, ẳng ẳng!

Nếu đứng đó cùng tôi, bạn sẽ thấy một điều phi lý hết sức. Cô chó hiền lành lúc nãy, đã táp cho tôi một miếng đau điếng. Chưa kể, ánh mắt sáng rực của cô ta nhìn tôi như muốn nói, "Thì ra chỗ cắn ngon nhất trên cơ thể người là cái mông!"

Đúng đợt ấy xóm tôi lại đang hoang mang vì dịch chó dại, nên sau đó là những ngày tháng thấp thỏm. Liệu nước dãi mình có chảy tùm lum tùm la và phát điên lên như những người bị chó dại cắn không? Kể từ đó, mỗi lần thấy chó là tôi lại nổi da gà. Với một cái xóm mà nhà nào cũng nuôi chó, trong tôi phát triển một nỗi sợ khác: Liệu tôi có hóa thành gà?

Có lẽ bố không nỡ để con trai mình hóa gà, nên ông quyết định giúp tôi đối diện với nỗi sợ của mình. Chiều hôm ấy về nhà, ông mỉm cười nhìn tôi. Nụ cười như muốn nói, "Con à, cách vượt qua nỗi sợ tốt nhất là đối diện với nó."

Rồi trên chiếc xe Honda màu đỏ, bố đưa tôi vào nơi đáng sợ nhất thế giới: Chợ bán chó. Sau một hồi tìm kiếm, chúng tôi đã gặp được ông trùm. Đó là một chú chó trông y hệt như phiên bản tí hon của cô chó đã cắn tôi ngày nào. Tôi chắc mẩm trong đầu bố sẽ định cho mình đánh nhau với con chó này, và khi hạ gục nó tôi sẽ đủ tự tin để quay trở lại với con chó đen to bự kia.

Bố nói, "Chúng ta sẽ mua con chó này!"

Tôi ngỡ ngàng, con chó cũng ngỡ ngàng. Nó nhìn tôi với hai con mắt long như muốn nói, "Cách tốt hơn để vượt qua nỗi sợ, là làm bạn với nó."

Bố đặt tên con chó là Giềng, lấy cảm hứng từ một món người ta hay ăn kèm với thịt chó hồi đó (tội quá). Điều lạ là tôi không thấy sợ Giềng, một phần là do tên gọi, vì ai lại sợ một món rau củ? Song phần lớn là do Giềng rất dễ thương, lại thông minh.

Còn nhớ một lần trước khi đi học tôi dặn nó, "Nhớ đi vệ sinh ở ngoài sân, cấm đi trong bếp!" và khi về nhà, tôi kinh hoàng khi phát hiện một "cục ấy" ở sân sau nhà. Thật không thể tin được, Giềng hiểu những gì tôi nói sao?

Giềng và tôi đã thành bạn thế đấy, chúng tôi quấn quýt bên nhau hơn cả bạn thân. Dần dần, nỗi ám ảnh về chó đã biến mất lúc nào không hay. Thậm chí có lần, tôi đã dắt Giềng sang chơi với đám cún con của cô chó đã cắn tôi ngày nào. Thật là tuyệt, cảm giác sợ chó như chưa hề tồn tại.

Giềng đã giúp tôi vượt qua nỗi sợ, và tung tăng chạy khắp nơi trong xóm như ngày nào. Cứ mỗi lần nhìn Giềng là tôi lại nhớ tới bài học: "Cách tốt hơn để vượt qua nỗi sợ, là làm bạn với nó."

Bài học ấy cứ văng vẳng bên tai tôi từ đó tới nay, giúp tôi làm bạn thêm với nhiều nỗi sợ khác sau này.

Mỗi lần thuyết trình gì đó, kỷ niệm ngày xưa giơ tay phát biểu nói sai và cả lớp cười lại xuất hiện. Nhưng tôi vẫn cứ thuyết trình.

Mỗi lần viết gì đó, là kỷ niệm 4 điểm văn khiến tôi tốt nghiệp tiểu học trung bình lại hiện lên như đe dọa. Nhưng tôi vẫn cứ viết lách.Và bạn

biết gì không?

Giờ cả việc thuyết trình lẫn viết lách, đều đã trở thành những người bạn thân của tôi mỗi ngày, trở thành sự nghiệp giúp tôi tự do vừa du lịch vừa làm việc, và viết những dòng chữ này, chia sẻ với bạn.

Còn bạn thì sao? Nỗi sợ của bạn là gì?

Hãy nhớ, thù hận chỉ làm nảy sinh thù hận. Cảm xúc tiêu cực này sẽ dẫn tới cảm xúc tiêu cực khác. Nếu như bạn đã biết bao lần chống chọi nỗi sợ mà vẫn không vượt qua, thì đã tới lúc phải thay đổi chiến thuật.

Bạn sợ nhất điều gì?

Hãy tìm phiên bản tí hon của điều đó, và làm quen với nó. Giống như khi xưa bố đã mua cho tôi chú chó tí hon giống hệt cô chó to bự. Dần dần bạn sẽ biến nỗi sợ thành đồng minh, bạn sẽ có cảm xúc tích cực, bạn sẽ thấy nỗi sợ dường như không tồn tại.

Một lần nữa hãy nhớ:

"Cách vượt qua nỗi sợ tốt hơn, là làm bạn với nó."

Nếu bạn thấy có thêm chút cảm hứng nào đó sau câu chuyện trên, thì thật là vui. Một trải nghiệm đơn giản, tưởng như không là gì cả nhưng lại có thể trở thành 4 trang giá trị trong cuốn sách này.

Bản thân tôi cũng rất ngạc nhiên, khi có thể viết kỷ niệm lần đầu chó cắn ấy thành một câu chuyện với bài học ý nghĩa. Tất cả đều bắt đầu bằng việc tôi tự hứa với bản thân rằng mình cần phải trân trọng mọi thứ đã xảy ra, và đặt câu hỏi:

"Cuộc đời đang cố gắng dạy tôi điều gì?"

Tôi tin rằng bất cứ ai cũng có thể truyền cảm hứng, bởi vì cuộc đời mỗi người là cả một kho truyện, điều quan trọng là bạn có thật sự trân trọng, có thật sự cởi mở để học hỏi bài học mà cuộc đời đang cố trao tặng cho bạn hay không mà thôi!

Thực hành ngay

Đọc, đọc nữa, nhưng đừng đọc mãi. Cách áp dụng hiệu quả của bất cứ cuốn sách nào tôi viết, là bạn đọc tới đâu thực hành ngay tới đó.

Ngay bây giờ, hãy nhớ lại một vài kỉ niệm của bạn. Một lần nghịch dại, lần đầu tiên làm thứ gì đó, bất cứ thứ gì cũng được.

Hãy nhớ lại thật chi tiết những kỷ niệm ấy, và thử rút ra bài học nào đó từ chúng. Bạn có thể viết ra, hoặc ghi âm lại. Bạn không nhất thiết phải viết từng chữ, mà chỉ cần gạch đầu dòng là được. Điều quan trọng là bài học bạn rút ra cho mỗi kỷ niệm.

Hãy trân trọng những gì bạn đã trải qua, bởi vì chúng có thể trở thành tư liệu quý giá cho bất cứ cuốn sách nào của bạn sau này.

Một lần nữa, đừng lãng phí bất cứ câu chuyện, bất cứ trải nghiệm nào của bạn!

Hãy viết chúng xuống!

Thế nào?

Nếu đã nghiêm túc thực hành bài tập trên, bạn sẽ thấy thực ra mình cũng "nhiều chuyện" đấy chứ.

Cũng có thể bạn gặp khó khăn khi nhớ lại hoặc rút ra bài học, thì cũng đừng lo lắng. Ở các chương sau bạn sẽ biết cách "khai quật" kho báu trong mình, biến những câu chuyện "vặt vãnh" thành nguyên liệu giúp bạn tạo ra cuốn sách 5 sao!

Còn bây giờ, bạn sẽ được tiếp tục khám phá lý do tiếp theo rất phổ biến, đang cản trở rất nhiều người đến với cuốn sách đầu tay của họ.

Kể cả những người nổi tiếng với vốn liếng kinh nghiệm đầy mình, khi bắt tay vào viết sách họ cũng có thể gặp khó khăn này!

Lý do #2 - Tôi chỉ nói được thôi, còn viết thì...



Lý do #2

Tôi chỉ nói được thôi,

còn viết thì...

"Tôi dốt Văn từ nhỏ, tôi không viết được!"

"Tôi nói thì hay, nhưng bắt tay vào viết thì chữ nghĩa cứ chạy đâu hết ấy!"

"Tôi cũng có thử viết, nhưng viết xong đọc lại thấy mình viết dở quá!"

Bạn có thấy tình huống nào quen không?

Thật ra đó là ba cách đổ lỗi phổ biến nhất, cũng là ba niềm tin sai lệch nhất, đang bóp nghẹt "vị tác giả thiên tài" trong bạn.

Hãy cùng giải mã chúng!

"Dốt Văn" có tương đương viết tệ?

Một lần lướt Facebook, tôi tình cờ đọc được câu chuyện về một nhà văn nổi tiếng.

Hôm ấy, con trai đã nhờ ông làm một bài tập của cô giáo, đề bài yêu cầu phân tích một tác phẩm văn học của chính ông sáng tác đã lâu. Tối đó, ông ngồi cả buổi để giúp con trai. Ngày hôm sau, bài phân tích đó nhận được 2 điểm với lời phê: "Dùng từ sai, em không hiểu ý tác giả."

Chưa biết câu chuyện ấy thực hư ra sao, nhưng tôi thực sự tin rằng: Nếu bạn cho một tác giả nổi tiếng làm bài kiểm tra môn Văn với đề bài phân tích tác phẩm của chính họ, chưa chắc điểm họ đã cao, thậm chí lẹt đẹt. Vì sao ư?

(1) Thế mạnh của các nhà văn là sáng tác, mà môn Văn ở trường thường thì càng học lên cao, lại càng chú trọng tới việc phân tích tác phẩm.

Điều này cũng giải thích tại sao ngày bé chúng ta thường đạt điểm cao môn Văn, vì hầu hết đề bài đều yêu cầu bạn miêu tả, sáng tác. Dạng văn này giúp bạn đánh thức hạt giống sáng tạo, kích hoạt các

tế bào thần kinh phụ trách hình dung tưởng tượng ở bán cầu não phải. Còn văn phân tích giúp phát triển khả năng đánh giá, nhận xét, xâu chuỗi vấn đề, những chức năng thuộc về bán cầu não trái.

Sự thật là để viết tốt, bạn cần phải kết hợp sức mạnh của cả hai bán cầu não.

(2) Điểm Văn của bạn cao hay không, phụ thuộc phần lớn vào cảm nhận của người chấm, và đôi khi là… tên tuổi của người nộp bài.

Khi J.K Rowling lấy bút danh Robert Galbraith để viết một tác phẩm khác, một NXB đã từ chối bà thẳng thừng, kèm theo "lời khuyên chân thành" là Robert nên tham dự một khóa viết lách chuyên nghiệp. Sau khi tiết lộ bút danh Robert chính là J.K, sách được xuất bản mau chóng.

Do vậy, nếu ở trường học mà có hẳn một hội đồng chấm điểm môn Văn, tôi tin chắc rằng kiểu gì cũng có người nhận ra tài năng của bạn.

(3) Chẳng có gì hoàn hảo ngay từ đầu. Thực tế để có một cuốn sách hay, tác giả đã phải viết đi viết lại rất nhiều lần, trong nhiều năm nhiều tháng.

Còn bài kiểm tra Văn trên trường thì sao?

Bạn không biết trước đề thi, và bạn chỉ viết một lần duy nhất với thời gian giới hạn. Nếu như người ta cho phép làm bài thi qua Email, bạn được viết đi viết lại nhiều lần. Tôi tin chắc điểm Văn của bạn sẽ cao!

Và còn nhiều lý do khác nữa khiến ngày càng nhiều người đánh đồng việc điểm thấp môn Văn ở trường, đồng nghĩa với không có năng khiếu viết lách, từ đó không thể nào viết sách.

Thật là một hiểu lầm tai hại!

Đồng ý là có một vài người có năng khiếu viết lách, họ có thể dùng ngôn từ mỹ miều để vẽ ra những bức tranh sống động trong tâm trí. Tuy thế, năng khiếu đó thường áp dụng cho sách truyện, còn sách học thì thật sự là không cần thiết. Thật ra, sau này nếu bạn đọc cuốn sách tôi viết về nghệ thuật viết truyện, bạn cũng sẽ thấy:

Mọi thứ đều là kỹ năng!

Người ta nói muốn đi nhanh bạn có thể đi một mình, còn muốn đi xa bạn cần đồng đội. Tương tự, năng khiếu có thể giúp bạn tiến nhanh, nhưng muốn tiến xa, bạn cần phải có đồng đội. Đó chính là sự kiên trì với phương pháp đúng đắn.

Viết lách thu hút cũng là một kỹ năng, để làm chủ nó bạn cần sự kiên trì để học hỏi và áp dụng, nhiều hơn là năng khiếu. Ở các chương tiếp theo bạn sẽ được bật mí kỹ thuật để cải thiện khả năng viết lách ở bất cứ đâu. Điều bạn cần làm đầu tiên là gạt bỏ niềm tin "dốt văn nên không viết tốt" sang một bên.

Dù điểm Văn trên lớp của bạn từng lẹt đẹt, dù mỗi lần cầm bút bạn chẳng biết viết gì, dù mỗi lần nghĩ tới việc viết lách là bạn lại bủn rủn chân tay, thì có một sự thật dù bạn tin hay không thì nó vẫn ở đó: Môn Văn trên trường, thật ra không liên quan mấy tới viết sách!

Hãy chọn một niềm tin tích cực bạn cảm thấy thích dưới đây, viết nó nắn nót và dán ở chỗ nào đấy mà bạn có thể thấy mỗi ngày:

(1) Tôi là tác giả cuộc đời mình, không có lý do gì tôi lại không thể viết nó thành sách.

(2) Nếu cuộc đời này đáng sống, nó cũng đáng được ghi lại, và tôi có thể viết lại cuộc đời mình.

(3) Sách là ý tưởng, nên dù giỏi Văn hay không, miễn là có ý tưởng thì tôi luôn có thể viết sách.

(4) Khi đã sinh ra, tôi mang trong mình hạt giống khác biệt, nếu tôi chăm sóc thì chắc chắn chúng sẽ nảy nở thành những cuốn sách độc đáo.

(5) Nếu người ta có thể thì chắc chắn tôi cũng có thể, thậm chí biết đâu tôi lại có năng khiếu?

(6) Nếu tôi nói được thì cũng sẽ viết được. Suy cho cùng thì chúng cũng chỉ là con chữ thôi mà!

(7) Giới hạn duy nhất của mỗi người là do họ tự đặt ra mà thôi.

Đã tới lúc tôi phải thay đổi!

Đó là những niềm tin tích cực đã giúp tôi, và cũng là những hạt giống sẽ giúp bạn đánh thức thiên tài viết lách trong mình. Hãy chăm sóc chúng mỗi ngày bằng sự tin tưởng. Chắc chắn bạn sẽ ngạc nhiên vì kết quả mình nhận được!

Nếu nói hay, sẽ viết hay (và ngược lại)

Tại sao tôi khẳng định với bạn điều đó?

Tôi vốn là người hướng nội ngại giao tiếp, chẳng hề có chút năng khiếu nói chuyện trước đám đông. Sau đó, nhờ luyện tập với phương pháp đúng đắn mà tôi trở thành một chuyên gia đào tạo (Trainer) với cả ngàn giờ thuyết trình cuốn hút.

Nếu bạn mở cuốn sách TNT: Bí Quyết Thuyết Trình Từ Nhà Vô Địch do tôi viết sau khi dành gần 10 năm học hỏi từ các nhà vô địch diễn thuyết, bạn sẽ thấy thuyết trình cuốn hút, thậm chí sự hài hước tự nhiên, v.v... Tất cả đều là những kỹ năng và bạn hoàn toàn có thể rèn luyện!

Với kinh nghiệm hơn 20 năm từ lúc tốt nghiệp tiểu học trung bình vì 4 điểm Văn, cho tới lúc viết hơn 300 Blog, xuất bản tới 7 cuốn sách (bạn đang được đọc cuốn thứ 8); Với kinh nghiệm từ lúc bị chê là bài nói nhạt nhẽo, cho tới khi trở thành diễn giả với hơn 1500 giờ thuyết trình đầy truyền cảm hứng; Với tất cả kinh nghiệm đó, tôi tự tin khẳng định với bạn:

Mọi thứ đều có thể, vấn đề là phương pháp!

Nếu bạn nói hay, bạn cũng sẽ viết được hay (và ngược lại). Thậm chí nếu bạn nói không hay, bạn hoàn toàn có thể luyện để viết cho hay!

Việc ai đó thấy mình nói hay nhưng khi viết thì chữ nghĩa bay đâu hết, thật ra chỉ là một dạng biện hộ cho sự “lười biếng” của não bộ. Những người nói tốt thường tư duy nhanh nên bộ não họ có

thói quen thích nhìn thấy kết quả ngay.

Khi nói, ý tưởng trong đầu nhanh chóng được chuyển thành con chữ đến tai người nghe. Còn khi viết, họ sẽ phải dùng công cụ trung gian là bút hoặc đánh máy để chuyển ý tưởng thành con chữ. Làm vậy, tốc độ sẽ chậm hơn nói rất nhiều lần. Bộ não không thấy được kết quả mau chóng, nó sinh chán nản và không muốn tiếp tục.

Do vậy, có một cách khắc phục đơn giản cho tình trạng khi nói thì chữ tuôn trào như thác, còn khi viết thì chữ nhỏ giọt như cà phê. Đó là bạn luyện đánh máy siêu tốc. Hiện tại, tôi đã tập để đạt tốc độ đánh máy trong khoảng 100-120wpm (chữ/phút), tương đương với tốc độ nói bình thường. Nên chỉ cần động tay vào bàn phím là suy nghĩ của tôi chuyển hóa thành con chữ cực kỳ thoải mái.

Ngoài ra, với sự tiến bộ của công nghệ hiện đại, thì còn một cách vô cùng đơn giản. Bạn có thể ghi âm lại bài nói hoặc cuộc trò chuyện của mình, sau đó dùng tính năng Voice Typing (Đánh máy qua giọng nói) của Google Docs, và bạn sẽ phải ngạc nhiên đấy.

Google sẽ chuyển chính xác tới 99% những gì bạn đã nói thành văn bản. Sau đó bạn cần dành chút thời gian đọc lại và chỉnh sửa. Nếu bạn nói hay, thì tất nhiên phần đánh máy lại cũng sẽ hay. Nếu phần đánh máy hay, thì tất nhiên bạn viết cũng sẽ hay.

Vậy sự khác biệt giữa nói và viết?

Bản chất của viết hay nói, đều là bạn truyền đạt một ý tưởng đến người khác. Sự khác nhau chỉ là phương tiện truyền đạt, và cách tiếp nhận.

Khi nói chuyện, bạn chuyển ý tưởng trong đầu thành âm thanh. Khán giả tiếp nhận qua kênh nghe, kèm theo nhìn ngôn ngữ cơ thể của bạn. Nếu có gì chưa hiểu họ sẽ hỏi bạn, hoặc nếu cảm thấy họ chưa hiểu thì bạn có thể nói lại cho rõ hơn.

Còn khi viết, bạn chuyển ý tưởng trong đầu thành con chữ, độc giả

sẽ tiếp nhận ý tưởng của bạn qua kênh đọc, và có thể kèm theo hình ảnh minh họa trên tài liệu. Tốc độ tiếp thu lúc ấy sẽ phụ thuộc vào khả năng đọc hiểu của độc giả. Nếu có gì chưa hiểu thì hoặc là họ phải đọc lại nhiều lần, hoặc là họ sẽ gấp sách lại và đọc cuốn khác.

Mỗi một kênh đều có ưu nhược điểm riêng. Khi nói, bạn sẽ có sự tương tác, bạn có thể linh hoạt thay đổi câu chữ cho phù hợp nhu cầu người nghe, nhưng một khi đã nói sẽ khó thay đổi. Còn khi viết thì khá một chiều, đòi hỏi bạn phải hiểu độc giả để có thể bám sát nhu cầu của họ, nhưng bạn có thể lựa chọn câu từ và viết đi viết lại cho tới khi hoàn hảo.

Một trong những cuốn sách phát triển bản thân để lại ấn tượng trong tôi sâu sắc nhất là cuốn Đánh Thức Người Khổng Lồ Phi Thường Trong Bạn của Tony Robbins. Nếu mở sách ra bạn sẽ có cảm giác ông như đang nói chuyện trực tiếp với bạn vậy.

Tương tự, nếu bạn mở các cuốn sách bán chạy của Brian Tracy, Adam Khoo, hay bất cứ một tác giả nào viết cuốn hút, bạn sẽ nhận ra một điểm chung. Họ viết cứ như thể là đang nói chuyện với bạn. Đơn giản, chân thành, gần gũi, và hiệu quả. Đó là một trong những lý do sách của họ bán chạy!

Đây cũng là cách tôi áp dụng cho mọi cuốn sách của mình, và bạn cũng nên làm vậy. Bạn có thể gọi đó là phong cách “viết như nói”. Tuy nhiên, bạn chớ làm ngược lại là “nói như viết” nhé, làm vậy sẽ rất dễ mất đi sự kết nối. Điều này được tôi phân tích kỹ trong sách TNT.

Làm sao để tập thói quen “viết như nói”?

Bạn sẽ được bật mí chi tiết ở các chương tiếp theo. Còn bây giờ bạn chỉ cần biết một điều rằng:

Nếu bạn nói được, thì sẽ viết được!

Điều thú vị là dù bạn nói tốt hoặc không tốt, thì bạn vẫn có thể viết hay, chứ không cần phải đi qua bước tập nói cho hay trước rồi mới tập viết!

Chẳng có gì hay ngay từ đầu!

Harry Potter, trước khi nổi tiếng toàn thế giới, J.K Rowling bị từ chối bởi tận 12 nhà xuất bản.

Twilight (Chạng vạng) của Stephenie Meyers, trước khi trở thành bộ tiểu thuyết nổi tiếng và được lên phim, cũng bị từ chối 14 lần.

Nhà Giả Kim (The Alchemist) của Paulo Coelho, được mệnh danh là sách bán chạy chỉ sau kinh thánh, tuy không bị từ chối nhưng trong tuần đầu tiên xuất bản, họ chỉ bán được một cuốn duy nhất.

Nếu Google từ khóa "tác phẩm nổi tiếng bị từ chối," bạn sẽ tìm ra hàng trăm cuốn sách nổi tiếng khác từng có chung số phận. Sau khi bị từ chối và nhận phản hồi từ NXB, sẽ có không ít tác giả viết lại hoặc thay đổi phần nào đó trong sách để nó hoàn thiện hơn, cho tới thời điểm bản thảo đó được chấp thuận.

Bên cạnh đó, cũng có nhiều cuốn sách hay sẵn và chỉ cần có NXB nhận ra tiềm năng của nó. Kể cả là như thế, thì để được hay như vậy, chắc chắn tác giả cũng đã dành không ít tâm sức để viết nhiều lần.

Tôi đã trải nghiệm điều này. Thực ra bản thảo đầu tiên của tôi là 400 trang cuốn tiểu thuyết Bật Đèn, với ý tưởng độc đáo là kết hợp giữa sách học và sách truyện. Khi mở sách ra, bạn sẽ vừa được hòa mình vào câu truyện viễn tưởng hài hước để giải trí, vừa được học cách phát triển siêu trí nhớ.

Ngay khi hoàn tất bản thảo, tôi đã gửi cho vài nhà NXB. Sau nhiều tháng chờ đợi, cuối cùng tôi nhận được thông báo từ chối với lý do: "Dòng sách này lạ quá, bên mình không chuyên."

Rồi tôi nhận ra với thế mạnh và nguồn lực sẵn có, tôi nên tập trung vào thứ gì đó "thực tế" hơn. Ngay sau đấy, lấy một ý tưởng trong sách Bật Đèn, và đã viết Numagician - Đánh Thức Phù Thủy Trí Nhớ Trong Bạn. Lần này, tôi đảm bảo mình đã viết đi viết lại trên dưới 7 lần trước khi gửi bản thảo.

Kết quả là khi gửi cho NXB đầu tiên, họ ngay lập nhận đỡ đầu cho cuốn sách độc đáo này. Tuy nhiên, tôi vẫn quyết định tự xuất bản từ A-Z, vì tôi tin rằng một khi tôi làm được, thì chắc chắn tôi sẽ giúp được bạn và nhiều tác giả khác sau này.

Năm 2019, sau khi tự xuất bản 4 cuốn sách (trong đó có 3 sách học, và một cuốn truyện nhỏ), tôi lấy tất cả kinh nghiệm mình tích lũy, để viết lại Bật Đèn. Khi đọc lại, tôi thấy rất nhiều chỗ mình có thể viết hay hơn. Tháng 4 năm 2020, sau khi viết lại tới lần thứ... 11 thì đèn đã bật, tôi đã xuất bản cuốn tiểu thuyết đầu tay: Bật Đèn.

Tôi cũng không quan tâm việc nó có bán chạy hay không, tôi chỉ biết một điều rằng, đó là tâm huyết, đó là ước mơ của tôi, và chắc chắn nó sẽ giúp bật lên ngọn đèn cảm hứng của ai đó đang cần.

Ngoài ra, khi làm diễn giả và nghiên cứu hàng chục bài thuyết trình vô địch thế giới, tôi nhận ra một điều thú vị: Bài nói hay nhất, thật ra là bài nói được nói đi nói lại nhiều lần nhất.

Điều này cũng đúng với một bài viết, thậm chí là với cuốn sách. Tôi tin rằng một cuốn sách hay là một cuốn sách được tác giả viết đi viết rất nhiều lần.

Do đó, nếu bạn viết chưa hay thì đừng lo lắng. Những kỹ thuật viết sách mà bạn sẽ được bật mí ở các chương sau sẽ giúp bạn viết ngày càng hay hơn.

Trước đó, bạn hãy tự nhắc bản thân rằng:

Chẳng có gì hoàn hảo ngay từ đầu, hãy cứ cất bước và mọi thứ sẽ hoàn hảo trên con đường bạn đi.



Lý do #3 - Tôi muốn viết mà không có thời gian!

Lý do #3

Tôi muốn viết mà

không có thời gian!

Đố bạn biết nơi nào có rất nhiều những cuốn sách hay nhưng chưa từng được xuất bản?

Nhà kho chứa bản thảo của các NXB ư?

Câu trả lời là… nghĩa địa.

"Không có thời gian" là một lý do rất phổ biến, không chỉ cản trở bạn viết sách, mà còn là kẻ thù nguy hiểm của bất cứ ước mơ nào. Đã bao giờ bạn thấy có ai đó viết trong di chúc thế này chưa?

"Ta có ý tưởng hay lắm nhưng không có thời gian, nhờ các con viết hộ thành sách nhé!"

Tôi chưa từng thấy ai như vậy, đó là lý do hầu hết mọi người đã phải đem theo giấc mộng viết sách sang thế giới bên kia. Thật ra "không có thời gian" chỉ là lời biện hộ cho một sự thật:

Họ đã có thời gian, nhưng lại dành nó cho việc khác, mà không phải là cho ước mơ.

Bạn luôn có đủ thời gian!

Với kinh nghiệm xuất bản hơn 70 cuốn sách trong 45 năm, tỉ phú Brian Tracy đã nói một câu đi thẳng vào tim tôi, và chảy theo máu vào tận tiềm thức:

"Bạn sẽ không có đủ thời gian để làm tất cả mọi thứ, nhưng bạn luôn có đủ thời gian để làm những thứ quan trọng nhất."

Nếu bạn nói mình không có thời gian để viết sách, thì đơn giản là bạn chưa coi hoàn tất cuốn sách là một việc quan trọng, và bạn đã làm những việc khác "có vẻ quan trọng hơn" như là: ăn, uống, ngủ, nghỉ, và hàng tá việc không tên khác.

Nếu mở sách Thay Thói Quen Đổi Cuộc Đời chương 7 Thói Quen Nhỏ Mà Có Võ, bạn sẽ được chia sẻ một công cụ cực đơn giản nhưng lại có thể giúp bạn chinh phục mọi ước mơ: Ghi chép thời gian.

Đơn giản là bạn ghi lại những việc quan trọng mình đã làm trong ngày, đặc biệt là thời lượng bạn dành cho mỗi việc. Nhờ thế, bạn sẽ biết chính xác mình đang "tiêu tiền thời gian" thế nào. Từ đó, bạn sẽ ý thức rõ ràng hơn về việc dành thời gian cho những việc quan trọng trước.

Công cụ này đã giúp tôi thấy được một sự thật trần trụi: Trước đó, tôi luôn ca cẩm mình không có thời gian viết sách, nhưng khi tổng kết phần ghi chép thời gian trong tháng, tôi thấy mình đã lãng phí tới 288 giờ không tên. Tức là tôi không sao nhớ được mình đã làm gì trong các khoảng thời gian đó, mà nếu có nhớ ra thì khả năng cao là trì hoãn, giải trí, v.v... mà bạn biết đấy, tốc độ đánh máy của tôi trên 100 từ một phút, thì với 288 giờ "mất tích" đó, tôi có thể viết xong cả một cuốn sách!

Khi biết chính xác mình đã "không có thời gian" như thế nào, tôi đã không còn lý do để biện hộ. Tôi tập một thói quen mới, tuy đơn giản mà đầy sức mạnh, giúp đẩy lùi con quỷ trì hoãn, để thực hiện ước mơ của mình:

Làm việc quan trọng trước tiên!

Tin tôi đi, thói quen này tuy nhỏ mà có võ, thậm chí từng vô địch ở mọi võ đài. Nó sẽ giúp bạn đánh bật trì hoãn và chinh phục ước mơ.

Khi đã quyết định viết sách là việc quan trọng, thì mỗi ngày bất kể điều gì xảy ra, việc bạn cần làm đầu tiên là viết sách. Dù một tiếng, 30 phút, 15 phút, 5 phút hay thậm chí 30 giây, hãy cứ làm nó:

Dành 30 giây mở sẵn bản thảo trên Laptop.

Dành 5 phút rà lỗi chỉnh tả phần đã viết.

Dành 15 phút đọc sách về cách viết sách.

Dành 30 phút gạch đầu dòng các ý tưởng.

Dù là gì việc đi nữa, miễn là nó giúp bạn tiến gần hơn tới cuốn sách mơ ước, thì hãy thực hiện nó đầu tiên. Sau đó bạn mới được làm việc khác.

Nhờ thói quen đơn giản này mà từ 2016, mỗi năm tôi xuất bản một cuốn sách. Năm 2020, tôi đã phá kỷ lục của bản thân. Tôi đã không chỉ “nâng cấp” cuốn tiểu thuyết dang dở khi xưa lên 550 trang, mà còn viết xong bản thảo đầu tiên hai cuốn sách mới. Một cuốn hơn 300 trang chính là sách TNT - Bí Quyết Thuyết Trình Từ Nhà Vô Địch, cuốn còn lại bạn đang được đọc!

Hãy nhớ: Thói quen nhỏ, kết quả to!

Bên cạnh đó, nếu bạn thực hiện ghi chép thời gian đều đặn với những khoảng thời gian đáng kể, tức là những lúc bạn làm các việc quan trọng, bạn sẽ khám phá ra một sự thật thú vị:

Bạn sẽ tìm lại được những khoảng thời gian không tên. Đó là thường những lúc bạn di chuyển trên đường, tắm rửa, chờ đợi ai đó, thậm chí đi lang thang suy nghĩ vẩn vơ, hoặc... nằm thoi thóp trên giường. Từ đó, bạn hoàn toàn có thể tận dụng chúng!

Bây giờ là thời đại của công nghệ, bạn có thể đưa bản thảo lên Google Docs, và tranh thủ những lúc ấy để thực hiện ước mơ viết sách!

3 thói quen giúp bạn viết sách mọi nơi

(1) Trong lúc đi đường, bạn hoàn toàn có thể biến chiếc xe của mình trở thành trường học di động.

Thay vì bật các kênh Radio giao thông, nghe các bản nhạc não nề, hãy nghe sách nói (Audiobooks) của các tác giả bạn yêu thích. Bạn sẽ không chỉ nạp thêm tri thức, mà còn học hỏi cách viết lách của họ.

(2) Thường sách Fususu viết sau một thời gian đều bản sách nói. Khi có nó trong tay, bạn hãy bật Audio sách này và nghe thường xuyên.

Khi rửa bát hay tắm giặt, khi bạn lao động chân tay mà đầu óc rảnh rang, hãy tranh thủ bật lên. Bạn càng nghe nhiều, chúng càng ngấm vào bộ não và trở thành bản năng của bạn.

(3) Mỗi ngày, hãy chọn ra một vấn đề bạn cần giải quyết trong sách để suy ngẫm.

Bất cứ khi nào rảnh, đặc biệt là những lúc phải chờ đợi ai đó, hãy biến khoảng thời gian ấy trở nên hữu ích. Bạn có thể ghi chú bằng di động, sổ tay, thậm chí ghi âm lại rồi dùng tính năng Voice Typing của Google Docs để chuyển nó thành văn bản. Làm vậy, đôi khi bạn sẽ xong cả chương sách đấy!

Đừng bao giờ viện cớ:

Không có thời gian!

Nếu bạn nói mình không có thời gian cho thứ gì đó, thì đơn giản là bạn đang biện hộ cho việc: Đối với bạn, nó không thực sự quan trọng.

Nếu bạn đã đọc cuốn sách này, mà việc viết sách đối với bạn không quan trọng, thì bạn không chỉ làm tôi buồn, mà vị tác giả phi thường trong bạn sẽ vô cùng thất vọng.

Nếu bạn không có ít nhất một lý do để làm, thì sẽ luôn có sẵn hàng trăm lý do để bạn không làm.

Ngay bây giờ, hãy...

Viết xuống ít nhất 3 lý do tại sao bạn cần phải hoàn thành cuốn sách của bạn, hoặc 3 lý do tại sao việc viết sách phải được đưa lên hàng đầu.

Bạn có thể tham khảo những lý do tuyệt vời tạo động lực viết sách, cũng như khám phá các yếu tố làm nên một cuốn sách chất lượng ở chương sau.



5 Ngôi Sao Giúp Sách Tỏa Sáng

Đã bao giờ bạn bước vào Resort 5 sao chưa?

Do vừa du lịch vừa làm việc, tôi cũng có dịp "ghé thăm" nhiều nơi như vậy. Ghé thăm ở đây là "ghé" vào hỏi "thăm" ngắm cảnh chút thôi, chứ ít khi tôi ở đó. Chúng thường xa trung tâm, không tiện cho sở thích đi bộ ngắm phố, khám phá quán cà phê như tôi.

Mà điều này thì liên quan gì tới viết sách?

(1) Nếu Resort 5 sao mang lại dịch vụ tuyệt vời, thì sách 5 sao mang lại một hành trình có cảm xúc, với nhiều câu chuyện và trải nghiệm đáng ngờ.

(2) Resort 5 sao có đội ngũ chuyên nghiệp, thân thiện. Sách 5 sao cũng có lối viết gần gũi, thể hiện sự chu đáo, thấu hiểu người đọc.

(3) Mỗi Resort đều có nét thu hút riêng, hấp dẫn một đối tượng cụ thể. Mỗi cuốn sách 5 sao đều có sự khác biệt riêng với thông điệp rất rõ ràng.

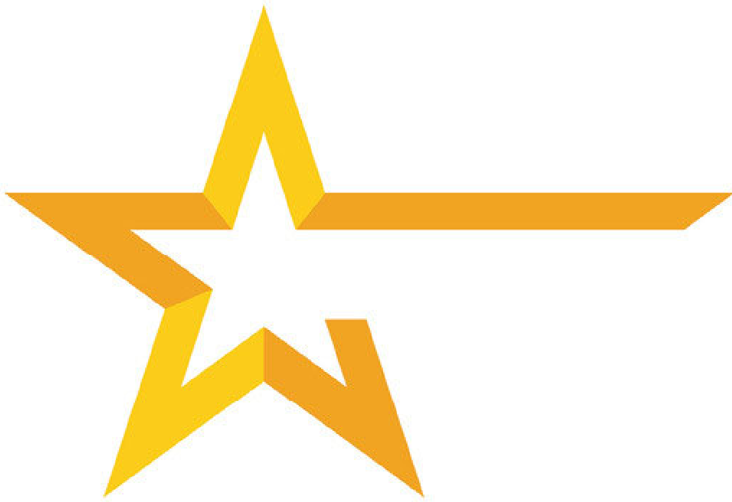
(4) Resort 5 sao có nội thất đẹp. Sách 5 sao cũng được chăm chút từng câu chữ, cách viết sinh động, tạo cảm giác muốn lật trang liên tục.

(5) Resort 5 sao có thiết kế tổng thể, cấu trúc rõ dàng. Sách 5 sao cũng rất dễ theo dõi, các phần có sự liền mạch, xâu chuỗi với nhau.

Ngôi sao #1 - Con chữ từ tâm

Ngôi sao #1

Con Chữ Từ Tâm



Tại sao bạn viết sách?

"Tôi muốn được nổi tiếng."

"Tôi muốn được nhiều người mến mộ."

"Tôi muốn được báo chí đề cập, phỏng

vấn.”

“Tôi muốn được giàu có.”

“Tôi muốn được tự do tài chính.”

“Tôi muốn được du lịch khắp nơi.”

“Tôi muốn được làm điều chưa bao giờ làm.”

Những câu trả lời trên đều là các mong muốn chính đáng, và hoàn toàn khả thi. Khi bạn trở thành một tác giả nổi tiếng với nhiều đầu sách bán chạy, bạn có thể đạt được những mong muốn ấy.

Tuy nhiên, chúng có một vấn đề lớn ít biết, khiến những cuốn sách dựa trên nền tảng ấy thường sẽ không thành công như mong đợi. Vì đơn giản là tác giả... mãi chưa viết xong. Bạn hãy thử so sánh chúng với các mục đích dưới đây.

Tại sao bạn viết sách?

“Tôi muốn để lại thứ gì đó cho đời.”

“Tôi muốn kỹ năng này đến với nhiều người.”

“Tôi muốn không ai phải vất vả như tôi.”

“Tôi muốn mọi người ý thức hơn về vấn đề

này."

"Tôi muốn giúp những người từng như tôi."

"Tôi muốn trao đi các tri thức giá trị này."

"Tôi muốn người đọc có trải nghiệm thú vị."

Bạn nhận ra sự khác biệt chứ?

Các mong muốn phần trước đều hướng tới việc bạn đạt được thứ gì đó về mình. Còn các mong muốn phần sau hướng tới việc bạn cho đi thứ gì đó. Tôi gọi đây là mong muốn từ tâm, hướng tới lợi ích của người khác. Chắc chắn, những cuốn sách xuất phát từ trái tim, sẽ dễ dàng tới được trái tim.

Thử nghĩ mà xem, nếu bạn đọc một cuốn sách mà tác giả toàn nói lý thuyết cao siêu, hoặc ca ngợi bản thân, khoe khoang thành tích, nói chung là đọc hết sách mà bạn chẳng học được gì, chẳng nhận được gì cả, bạn sẽ cảm thấy sao? Lúc đó, bạn có muốn chia sẻ hay giới thiệu với bạn bè người thân không?

Tôi thì chắc chắn là không. Những cuốn sách như vậy tôi có thể dễ dàng nhận ra sau khi đọc thử một chương đầu tiên, và sẽ chẳng bao giờ mua.

Ngược lại, bạn sẽ cảm thấy sao đọc một cuốn sách mà tác giả đã đặt hết tâm huyết vào từng câu chữ?

Đọc xong, bạn nhận được rất nhiều, từ những tư duy đúng đắn giúp bạn giải tỏa băn khoăn, cho tới những phương pháp cụ thể giúp bạn chinh phục mục tiêu đang theo đuổi bấy lâu nay.

Lúc ấy bạn sẽ làm gì?

Nếu đọc được một cuốn sách như thế, chắc chắn tôi sẽ không thể cưỡng lại bản năng chia sẻ của mình. Tâm hồn mỗi người như một

ly nước, khi đọc một cuốn sách hay, giống như bạn đong đầy ly nước tâm hồn. Điều gì xảy ra nếu ly nước quá đầy?

Nước bắt buộc phải tràn ra ngoài

Nếu bạn viết sách từ tâm, bạn liên tục cho đi tri thức, thì bạn sẽ trở thành một dòng sông, và tri thức cứ thế tuôn chảy không ngừng. Tin tôi đi, mọi ly nước đều sẽ phải tràn, người ta sẽ liên tục truyền tay nhau và "uống" sạch tri thức trong sách của bạn.

Lúc xuất bản cuốn sách đầu tay Numagician, tôi đã có 5 năm kinh nghiệm giảng dạy về rèn luyện trí nhớ. Thời điểm đó cũng là lúc công ty tôi đang có dấu hiệu chuyển đổi mô hình, tôi có thể không còn được tiếp tục công việc giảng dạy ý nghĩa ấy trong khóa học mình yêu thích nữa.

Tôi cảm thấy rất tiếc nếu những kiến thức quý báu của mình sẽ không còn được tiếp tục chia sẻ. Lời nói gió bay, kể cả viết ra thì tờ giấy vẫn có thể bay. Nếu bạn đóng lại thành một cuốn sách đủ nặng, chúng sẽ ở lại mãi mãi. Chính vì thế, tôi quyết định gói ghém tất cả kinh nghiệm của mình thành sách.

Mong muốn của tôi lúc ấy thật đơn giản. Đó là giúp những người sau này không được tôi giảng dạy trực tiếp, vẫn có thể biết những bí quyết giúp họ cải thiện trí nhớ hiệu quả. Đồng thời các học viên cũ của tôi, cũng có thể được ôn lại những tuyệt chiêu hiệu nghiệm mình từng được chia sẻ.

Tin tôi đi, khi bạn viết sách với tâm từ, bạn viết vì mong muốn tốt đẹp cho người khác, bạn sẽ cảm thấy những rung động như thể ông trời cũng muốn đọc sách của bạn. Lúc đó, việc biến tri thức thành con chữ sẽ vô cùng thuận lợi. Thực tế, tôi mất chưa đầy một tháng để viết xong bản thảo đầu tiên của cuốn sách Numagician gần 200 trang.

Từ đó tới nay, dù rất ít khi quảng cáo, hay giới thiệu trên các phương tiện truyền thông đại chúng, nhưng Numagician vẫn được

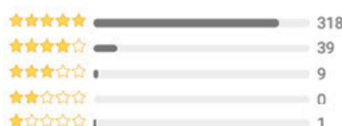
nhiều độc giả săn đón. Sách được tái bản hằng năm, và nhận được hàng trăm Review 5 sao từ độc giả Tiki, một con số hiếm hoi trong hạng mục sách kỹ năng nói chung, và sách luyện trí nhớ nói riêng.

tiki.vn/numagician-danh-thuc-phu-thuy-tri-nho-trong-ban-fususu-p1928361.html

Đánh giá

5

367 nhận xét



Tất cả hình ảnh (100)



Đầu 2016, khi thấy nhiều độc giả băn khoăn về vấn đề học tiếng Anh. Tôi đã viết Ebook 7 Cách Học Tiếng Anh Du Kích và chia sẻ miễn phí. Sau đó, đã có hơn 20.000 lượt tải về, và rất nhiều độc giả đánh giá cao tính hữu dụng của nó. Tới thời điểm này, nhiều độc giả sau khi mua nhiều cuốn sách khác sách của tôi, đã chia sẻ rằng họ biết tới Fususu là do cuốn Ebook miễn phí ấy.

Nhờ đó mà năm 2017, tôi nhanh chóng hoàn thiện và xuất bản cuốn 21 Cách Học Tiếng Anh Du Kích với một tâm niệm thú vị: Giúp bạn biến tiếng Anh thành... tiếng bố để. Sách giúp bạn biết cách tự học ngoại ngữ, giúp bạn tránh những sai lầm tôi từng mắc, giúp bạn tiết kiệm thời gian tiền bạc cho những khóa học không hiệu quả. Khi ấy, bạn có thể tiết kiệm hàng chục triệu tiền học ngoại ngữ để đi du lịch, hoặc đầu tư cho phát triển bản thân.

Vì tin vào sức mạnh tâm từ, tôi cũng không quảng cáo gì. Chỉ lẳng lặng đưa lên, và gửi Email chia sẻ thông tin với độc giả. Hiện tại,

sách cũng đã được tái bản, và nhận được nhiều phản hồi tích cực với hàng trăm Review 5 sao, một con số hiếm hoi trong mục sách tự học tiếng Anh.

Đặc biệt, sau đó nhà sách Tiki Trading đã chủ động hỏi và đặt sách từ tôi. Tôi tin rằng nếu mình tiếp tục viết sách bằng tâm từ để giúp nhiều người sung sướng, thì ông trời cũng sẽ sướng. Một điều chắc chắn trong tương lai không xa, ổng sẽ giúp tôi đưa cuốn sách đến với rất nhiều người Việt Nam!

Một lần nữa hãy tự hỏi...

Lý do bạn viết sách là gì?

Nếu để ý bạn sẽ thấy các tác giả nổi tiếng hay viết lời đề tặng, cảm ơn cho một ai đó ở trang đầu tiên. Chẳng hạn trong Tập 1, sách Harry Potter, J. K Rowling, đã đề tặng:

"For Jessica, who loves stories, for Anne, who loved them too, and for Di, who heard this one first."

Tạm dịch, "Gửi Jessica, người yêu những câu chuyện. Gửi Anne, người thích chúng. Gửi Di, vì đã là người nghe chúng đầu tiên." Jessica là con gái của J.K, Anne là mẹ của bà, và Di là Dianne, em gái bà, người đã đọc nó trước khi gửi tới nhà xuất bản.

Trong cuốn Goals, được đánh giá cao nhất của Brian Tracy với hơn 300 Review trên Amazon, ông đề tặng:

"This book is dedicated to my dear friend and business associate Joe Traina, a great friend, advisor, and mentor and one of the

most intensely goal-oriented people I have ever had the honor to know."

Tạm dịch, "Cuốn sách này dành riêng cho người bạn thân yêu và cộng sự kinh doanh của tôi Joe Traina, một người bạn tuyệt vời, một quân sư, một nhà cố vấn, và là một trong những người có mục tiêu mạnh mẽ nhất mà tôi từng vinh dự được biết."

Trong cuốn Tôi Tài Giỏi Bạn Cũng Thế (I'm Gifted, So Are You) từng làm mưa làm gió ở Việt Nam, tác giả Adam Khoo dành hẳn một trang để gửi lời cảm ơn tất cả những người đã giúp đỡ và truyền cảm hứng cho mình, từ những doanh nhân, các tác giả nổi tiếng, cho tới đồng nghiệp, và bạn bè.

Không ngẫu nhiên mà các tác giả thành công lại làm như vậy. Một lý do ít biết là để cho bạn cảm nhận được tâm từ, hay nói đơn giản hơn là tâm huyết của tác giả khi viết cuốn sách. Cảm giác được đọc một cuốn sách mà tác giả viết tặng cho ai đó mà họ rất trân trọng, thật là đặc biệt phải không?

Chú ý: Nếu làm vậy thì bạn nên xin phép người được tặng, vì không phải cũng thích tên mình đột nhiên xuất hiện đâu đó. Tôi thì ít dùng cách này, một phần vì những người tôi quen thường khiêm tốn, không thích nổi tiếng. Một phần vì tôi muốn bạn mở sách ra, là cảm nhận được ngay đây là cuốn sách dành cho bạn, chứ không phải là ai khác.

Mỗi cuốn sách là một hòm kho báu, nơi bạn trao tặng tri thức cho độc giả bằng cả tâm huyết, với một tâm từ, với mong muốn giúp họ trở nên tốt hơn. Đây chính là ngôi sao sáng chói đầu tiên, là nền tảng cho các ngôi sao khác giúp cuốn sách của bạn tỏa sáng.

Ngay bây giờ hãy nghĩ tới độc giả đang cầm cuốn sách của bạn trên tay, họ sẽ mỉm cười hạnh phúc thế nào? Họ sẽ có những khoảnh khắc thú vị ra sao? Cuộc sống của họ sẽ khác biệt hơn thế nào sau khi đọc? Họ sẽ giới thiệu sách của bạn vì điều gì?

Một lần nữa, hãy nhớ...

(1) Sách có thể giúp bạn giàu có, nhưng đừng bao giờ vì tiền mà viết. Tiền bạc chỉ là hệ quả.

(2) Sách có thể giúp bạn nổi tiếng, nhưng đừng vì danh mà viết. Danh vọng chỉ là hệ quả.

(3) Sách có thể giúp bạn thể hiện tri thức, nhưng đừng vì thế mà cho mình giỏi hơn người khác.

(4) Sách có thể giúp bạn gây ảnh hưởng lên rất nhiều người, nhưng đừng vì thế mà thể hiện cái tôi.

Hãy là một người viết sách từ tâm, chắc chắn độc giả sẽ cảm nhận được con chữ từ trái tim, và lan tỏa sự ấm áp đó đến với nhiều người, rồi chắc chắn những kết quả tuyệt vời sẽ đến với bạn.

Hãy dành ít phút để viết xuống câu trả lời.

Làm sao để có con chữ từ tâm?

Nói thì dễ, nhưng làm thì... (thở dài). Cái tôi của mỗi người vốn rất lớn, nên dù bạn có ý thức được việc phải hướng tới người đọc, thì những thói quen cũ cũng có thể khiến cho con chữ của bạn thể hiện điều ngược lại. Do đó, bạn có thể áp dụng các tuyệt chiêu sau đây để cuốn sách 5 sao của bạn không chỉ chân thật, từ tâm, mà còn cuốn hút hơn.

(1) Chia sẻ khởi đầu khiêm tốn.

Nhiều người nhân danh tạo dựng sự tin tưởng, mà ngay đầu sách họ tập trung nói về các thành tích của mình. Khi làm vậy, họ có thể có được sự ngưỡng mộ nhất thời, nhưng họ lại vô tình tạo ra một bức tường lớn giữa họ và độc giả.

Nếu đọc sách của những tác giả cực kỳ giàu có và nổi tiếng như Adam Khoo, Brian Tracy, v.v... bạn sẽ thấy trong đó có những câu chuyện nói về khởi đầu khiêm tốn của họ: Tỉ phú Adam Khoo từng là một cậu bé học hành dốt nát, chuyển trường tới tận 6 lần; Tỉ phú Brian Tracy từng phải làm lao công, sau đó còn đi gõ cửa từng nhà để bán hàng.

Khi họ chia sẻ những câu chuyện về sự khởi đầu khiêm tốn, và ca ngợi quy trình đã giúp mình thành công như vậy, tôi không chỉ cảm thấy tác giả rất gần gũi, mà còn có một niềm tin vững chắc vào phương pháp ấy: Nếu họ làm được, tôi cũng sẽ làm được.

(2) Diễn giải theo cách dễ hiểu nhất.

Albert Einstein từng nói, “Nếu bạn không thể giải thích được vấn đề gì đó cho một đứa bé 6 tuổi, thì thật ra bạn chẳng hiểu gì cả.”

Không ai cấm cản bạn tìm hiểu những lý thuyết cao siêu, nhưng nếu bạn viết lại thành sách theo một cách mà chỉ bạn hoặc một vài người “có tri thức” giống bạn mới hiểu, thì tất nhiên là sẽ chỉ có một số ít người đọc mà thôi.

Các tác giả 5 sao luôn hướng tới mục tiêu giúp độc giả hiểu được rõ ràng những thứ họ đang hiểu, từ đó suy nghĩ và hành động khác đi. Do vậy, họ sử dụng ngôn từ dễ hiểu nhất có thể, thậm chí bạn sẽ cảm thấy đó như một cuộc trò chuyện vậy.

Nếu có lý thuyết cao siêu, họ cũng luôn tìm cách đơn giản hóa nó. Họ đưa ra các ví dụ, các câu chuyện, các hình tượng mà đảm bảo đọc xong, ai cũng cảm thấy dễ hiểu dễ nhớ. Đó chính là sự khác biệt!

(3) Cách viết hướng tới một độc giả.

Tôi đã từng nhận được bản thảo cuốn sách từ một độc giả lớn tuổi

nhờ xin góp ý. Khi mở sách ra, ngay phần mở đầu tôi thấy anh ta viết:

"Chào các bạn trẻ..."

Và anh ấy sử dụng cụm từ "các bạn trẻ" để đối thoại với người đọc liên tục trong cả cuốn sách. Lúc đó tôi đang đọc sách một mình, tôi nhìn quanh và tự hỏi, "Ủa, có một mình tôi đang ở đây, đồng chí này đang viết cho các bạn trẻ nào vậy?"

Thật ra bạn càng viết cho tất cả mọi người, là bạn đang chẳng viết cho ai cả. Vì 99,99% mọi trường hợp, sẽ luôn chỉ có một người nào đó đọc sách.

Kể cả có một nhóm người đang nhìn vào sách, thì các con chữ vẫn đang thầm hiện lên trong tâm trí của từng người. Các tác giả 5 sao biết điều này, nên trong cách viết của họ không chỉ giảm cái tôi xuống để nâng độc giả lên, mà còn tập trung vào một độc giả duy nhất, là bạn!

Thay vì viết "Trong cuốn sách này, tôi sẽ chia sẻ cho các bạn trẻ bí quyết để..." họ sẽ viết "Trong cuốn sách này, bạn sẽ được chia sẻ bí quyết để..."

Làm như vậy sẽ vừa đơn giản hơn, vừa cuốn hút hơn. Chưa kể là số chữ cũng ít hơn, và chi phí in sách của bạn chắc chắn sẽ giảm xuống.

Bên cạnh đó, thi thoảng trong khi viết bạn hãy đặt ra những câu hỏi như thể bạn đang nói chuyện với độc giả vậy, rồi tự trả lời. Bạn có thấy tôi đã làm vậy trong sách này không? Hãy để ý nhé!

(4) Tránh trở thành người hùng.

Đây là thứ khó nhất, vì ai mà không muốn trở thành người hùng trong câu chuyện của mình?

Tôi trước đây gặp khó khăn thế này, tôi đã tự giải quyết được nó, và đây là phương pháp giúp bạn làm điều đó.

Đây là một lối viết khá phổ biến, bản thân tôi cũng từng mắc trước đây khi đăng Blog. Tôi đã vô tình nâng mình lên. Người đọc có thể

ngưỡng mộ vì tôi giỏi, nhưng chưa chắc họ đã áp dụng điều tôi nói, vì họ nghĩ rằng quy trình ấy chỉ dành cho những người tài giỏi, và có năng khiếu như tôi mà thôi.

Bên cạnh đó, khi làm vậy tôi cũng đã không thành thật. Bởi vì sự thật chẳng ai có thể tự giải quyết vấn đề một mình. Khi gặp vấn đề, tôi đã đi tìm giải pháp. Tôi đọc một cuốn sách, tôi tham gia một khóa học, tôi nói chuyện với một ai đó, và tôi nảy ra ý tưởng giải quyết vấn đề, chứ không phải tự tôi nghĩ ra!

Bạn thấy đấy, luôn có một "vị thầy" trong câu chuyện của bạn. Và các tác giả 5 sao thường không ngại chia sẻ vị thầy đã giúp mình giải quyết vấn đề.

Vị thầy có thể là một cuốn sách, một khóa học, một ai đó, thậm chí một thứ gì đó xảy ra, khiến họ nảy ra ý tưởng giải quyết vấn đề. Chứ họ ít khi biến mình thành người hùng, thành một Guru hào nhoáng. Vì làm vậy chỉ tạo thêm khoảng cách với độc giả.

Nếu tham gia các buổi thuyết trình, hay đọc các Blog tôi giới thiệu sách, bạn sẽ phải ngạc nhiên đấy. Vì tôi luôn giới thiệu một cuốn sách hoặc một ai đó đã từng giúp mình thay đổi.

Điều này nghe thật lạ, nhưng nó có tác dụng.

Chi tiết hơn bạn sẽ được bật mí ở chương cuối, bạn chỉ cần nhớ rằng: Viết sách từ tâm, viết sách thành thật. Con chữ từ cái đầu, thì sẽ gặp phải sự phán xét từ cái đầu, còn con chữ từ trái tim, thì sẽ tới được trái tim.

Tuy nhiên trong thời đại thông tin ngày nay, khi độc giả của bạn phải hứng chịu những trận bão thông tin mỗi ngày, thì đôi khi những lời từ trái tim của bạn, sẽ phải vô cùng vất vả mới có thể bò tới mắt họ, chứ đừng nói gì vào được tận trái tim.

Vì thế, hãy cùng khám phá ngôi sao thứ hai, giúp đưa con chữ của bạn chạm vào tận đáy tim độc giả.

Ngôi sao #2 - Sao chổi thông điệp



Ngôi Sao #2

Sao Chổi Thông Điệp

Hãy nhớ tới 3 cuốn sách mà bạn tâm đắc nhất, và viết xuống điều mà bạn còn nhớ về chúng cho tới thời điểm này. Có thể là một câu nói hay trong sách, một ý tưởng nào đó truyền cảm hứng.

Dưới đây là 3 cuốn sách tôi tâm đắc, tên tác giả, và điều tôi nhớ nhất sau khi đọc.

(1) Đánh Thức Con Người Phi Thường Trong Bạn, Anthony Robbins: Bạn tìm người thành công, sao chép công thức của họ, bạn sẽ thành công.

(2) Ăn Con Ếch, Brian Tracy: Bạn không có đủ thời gian cho tất cả, những bạn luôn có đủ thời gian cho những việc quan trọng nhất.

(3) Chiến Thắng Trò Chơi Cuộc Sống, Adam Khoo: Ai cũng có khuyết điểm nào đó, là do ông trời muốn mỗi người thành công theo cách riêng của họ.

Tôi đã đọc và nghiên cứu rất nhiều cuốn sách 5 sao sáng chói, cả những cuốn sách vài sao, và thậm chí... không sao tối om, đọc xong mà không có ấn tượng gì. Đố bạn điểm khác biệt giữa chúng là gì?

Điều gì khiến những cuốn sách 5 sao để lại ấn tượng sâu sắc, khiến độc giả vẫn còn nhớ nhiều năm sau đó. Còn các cuốn khác thì khá nhạt nhòa, điều mà độc giả nhớ nhất chắc chỉ là... tên sách.

Bí mật của tác giả 5 sao

Lối viết cuốn hút ư?

Không hẳn. Vì tôi nhớ là lúc đọc vài cuốn, tôi cũng tập trung lắm, nhưng sao giờ không thể nhớ được gì?

Ngôn từ hài hước ư?

Không hẳn, một số sách khiến tôi bật cười, nhưng giờ vẫn không nhớ là mình đã đọc gì mà cười lúc ấy.

Vậy điều gì đã khiến tôi và bạn bật ra tên 3 cuốn sách và điều mình nhớ nhất?

Câu trả lời là những thông điệp ấn tượng, như những ngôi sao

chổi sáng chói xẹt qua tâm trí, để lại vết hằn sâu đậm trong não bộ.

Cách viết của bạn có thể lôi cuốn; ngôn từ của bạn có thể hài hước; thậm chí các bước thực hành đưa ra trong sách rất cụ thể; nhưng nếu bạn không có thông điệp ấn tượng thì khi gấp sách lại, độc giả khó mà nhớ được tóm lại bạn đã nói gì với họ.

Thế nào là thông điệp ấn tượng?

Thông điệp được định nghĩa là một điều mà bạn muốn độc giả nhớ nhất sau khi gập sách lại. Tất nhiên, trong một cuốn sách có thể có nhiều ý, và sẽ có người thích ý này ý kia. Dù thế nào, thì tác giả 5 sao sẽ luôn hướng tới một thông điệp xuyên suốt.

Chẳng hạn cùng đọc sách Ăn Con Ếch của Brian Tracy, có người sẽ không nhớ câu nói “Bạn sẽ không có đủ thời gian cho tất cả…” như tôi, mà có thể họ sẽ nhớ câu hỏi “Nếu đằng nào cũng phải ăn một nồi ếch, bạn sẽ ăn con nào trước?” Suy cho cùng, cả hai đều dẫn tới một thông điệp chung là ưu tiên việc quan trọng trước.

Một ngôi sao chổi thường kèm theo mảnh sao nhỏ hơn ở phần đuôi. Tương tự, một thông điệp lớn cũng có thể được chia ra thành các thông điệp nhỏ hơn trong mỗi phần, mỗi chương. Nếu có nhiều ý muốn nói, tác giả 5 sao sẽ cố gắng tìm ra một thông điệp xuyên suốt, để xâu chuỗi các thông điệp nhỏ lẻ mà họ muốn nói với độc giả.

Việc này không chỉ giúp sách của bạn ấn tượng hơn, mà còn là chiếc la bàn giúp định hướng cho quá trình viết sách. Thông điệp rõ ràng sẽ giúp bạn biết được phần nào nên đưa thêm vào, phần nào nên bỏ bớt. Từ đó sách của bạn sẽ ngày càng gọn gàng cân đối, mà đầy sức thuyết phục.

Hơn nữa, việc có một hệ thống thông điệp cũng đảm bảo độc giả sau khi đọc xong cuốn sách 5 sao của bạn, trong đầu họ sẽ không xuất hiện tận 5 ngôi sao… Bắc Đẩu, và rồi băn khoăn không biết

nên chọn hướng nào. Đó gọi là sức mạnh của sự tập trung!

Câu chuyện Thay Thói Quen Đổi Cuộc Đời

Thật ra tôi có một điểm yếu là tham lam. Đó là lý do bạn thấy trên Blog Fususu có hơn 300 bài viết với đủ loại chủ đề khác nhau. Bạn có thể tìm thấy trên đó từ cách uống nước hiệu quả, cách tăng sức đề kháng tự nhiên, cho tới cả… cách tăng tốc độ đánh máy lên gấp đôi trong nháy mắt.

Điều đó làm tôi khá đau đầu. Vì giống như đào giếng, nay bạn đào chỗ này một chút, mai bạn đào chỗ kia một chút, chắc chắn sẽ chẳng bao giờ thấy nước. Khi ngồi lại và phân tích kỹ, tôi đã tìm ra một điểm chung giữa tất cả các Blog mình viết, cũng là sự khác biệt so với nhiều nơi khác.

Đó là dù viết gì đi nữa, thì tôi luôn hướng độc giả tới việc áp dụng một thói quen cụ thể nào đó vào cuộc sống của họ. Ngay khi nhận ra điều này, tôi đã thay tên cho Blog là Hòm Kho Báu Fususu, với khẩu hiệu Thay Thói Quen, Đổi Cuộc Đời.

Khám phá đó như một kim chỉ nam thần thánh, giúp tôi không chỉ kết nối mọi Blog với nhau, mà còn có thêm nhiều ý tưởng viết Blog mới. Mọi Blog tôi viết đều có chung một mục tiêu, là cung cấp một thói quen cực kỳ cụ thể cho độc giả.

Đó là lý do các Blog của Fususu thường nhận được nhiều phản hồi tích cực, cũng là tiền đề của cuốn sách thứ ba của tôi sau này, tập trung vào một thông điệp duy nhất, cũng là… tên sách: Thay Thói Quen Đổi Cuộc Đời.

Cuốn sách không chỉ giải mã các sai lầm khiến hầu hết mọi người thay đổi chỉ được vài hôm, chỉ ra các bước cụ thể để tạo dựng thói quen một cách khoa học, mà còn đưa ra gợi ý hành động vô cùng cụ thể. Tới thời đểm này, cuốn sách sắp được tái bản một lần nữa, với cả trăm Review 5 sao từ độc giả, và cũng thường xuyên lọt top sách bán chạy trên Tiki.

Thông điệp của bạn là gì?

Để tìm ra thông điệp xuyên suốt, bạn cần trả lời câu hỏi:

Còn để tìm ra thông điệp bổ trợ cho thông điệp xuyên suốt đó. Bạn cần trả lời câu hỏi:

Sau khi viết ra chi tiết, bạn có thể cô đọng lại thành một câu vài ngắn gọn với kỹ thuật Tóm Lại Hãy Nhớ, giống như tôi đã làm với sách của mình dưới đây.

(1) Sách Numagician, Đánh Thức Phù Thủy Trí Nhớ Trong Bạn.

Tóm lại: Học hành, làm việc, giải quyết bất cứ vấn đề gì thì bạn đều cần tới… bộ não. Thượng đế ban cho bạn bộ não đầy tiềm năng, chỉ là ngài quên gửi hướng dẫn sử dụng mà thôi.

Nếu một người hướng nội, trí nhớ "cá vàng" như tôi có thể nhớ dãy dài cả ngàn số Pi, đạt 28/30 thi đại học, tự tin thuyết trình,

v.v… thì không có gì là không thể khi bạn giải phóng sức mạnh não bộ.

Bí mật để giải phóng sức mạnh ghi nhớ, là bạn trò chuyện được với bộ não của mình. Để làm vậy, bạn cần sử dụng ngôn ngữ của bộ não, đó là hình ảnh. Bằng cách biến con số thành hình ảnh, bạn sẽ không chỉ nhớ số dễ dàng hơn, mà còn dùng chúng làm móc treo trí nhớ để ghi nhớ mọi thứ khác.

Hãy nhớ: Bộ não thiên tài, phải xài thông minh. Làm cho dễ nhớ, trước khi ghi nhớ.

(2) Sách 21 Cách Học Tiếng Anh Du Kích

Tóm lại: Đừng để ngoại ngữ cản trở bạn, đừng lãng phí thời gian hãy tiền bạc vào những khóa học không hiệu quả. Nếu biết cách, bạn có thể tự học và dành số tiền đó để đi du lịch.

Nếu một người từng phải học lại bảng chữ cái tiếng Anh như tôi, bỏ cả chục năm học giáo trình và không dùng được trong thực tế, giờ có thể tự tin giao tiếp và xuất bản sách song ngữ, thì không có gì là bạn không thể. Tất cả những gì bạn cần chỉ là phương pháp đúng đắn và hiệu quả.

Phương pháp học tiếng Anh hiệu quả nhất là bạn gắn liền nó với thực tiễn, với những gì đang diễn ra trong cuộc sống hàng ngày của bạn. Đặc biệt là gắn liền với một mục tiêu nào đó của bạn, một thói quen nào đó của bạn, và biến tiếng Anh trở thành một bản năng.

Hãy nhớ: Trước khi bạn biết nói, tiếng mẹ đẻ cũng là ngoại ngữ. Hãy học ngoại ngữ mọi lúc mọi nơi giống như đứa trẻ, và biến nó thành tiếng bố đẻ.

(3) Sách Thay Thói Quen Đổi Cuộc Đời

Tóm lại: Rất nhiều người muốn thay đổi bản thân, nhưng lại hay rơi vào tình trạng thay đổi chỉ được mấy hôm. Nguyên do là vì không phải họ thiếu quyết tâm, mà là vì họ quá phụ thuộc vào động lực. Thứ giúp người ta thay đổi bền vững là những thói quen, chứ không phải thông qua việc làm dụng động lực.

Với phương pháp thói quen nhỏ mà tôi học được từ giáo sư Bj Fogg, ĐH Stanford, bạn sẽ không cần phải vật lộn với trì hoãn để mấy hôm sau lại đâu vào đấy. Bạn có thể tạo ra những thói quen một cách thực sự khoa học, mà không cần suy nghĩ. Từ đó bạn có thể chinh phục hay thay đổi bản thân mà không phụ thuộc vào động lực.

Hãy nhớ: Hầu hết mọi người không thay đổi, không phải vì thiếu động lực, mà là vì quá phụ thuộc vào động lực. Hãy tạo thói quen một cách khoa học, và cả cuộc đời bạn sẽ thay đổi.

(4) Sách TNT: Bí Quyết Thuyết Trình Từ Nhà Vô Địch

Tóm lại: Nếu thuyết trình là "trình" bày một ý tưởng, và "thuyết" phục mọi người tin theo đó, thì kỹ năng này đang trở nên cần thiết hơn bao giờ hết. Tuy vậy, hầu hết mọi người chỉ soạn bài nói theo bản năng, và hi vọng mình sẽ tự tin bước lên sân khấu.

Dù bạn có 10 năm, thậm chí 20 năm kinh nghiệm, nhưng nếu bạn áp dụng phương pháp sai trong suốt năm tháng đó, bạn không chỉ đánh mất nhiều cơ hội đáng ra bạn nắm được, mà còn tạo cho mình rất nhiều thói quen xấu khó bỏ.

Bí mật lớn nhất của các nhà vô địch là họ hiểu bản chất của một bài thuyết trình cuốn hút. Đó là một cuộc trò chuyện, nơi bạn kết nối liên tục với khán giả của mình. Khi hiểu như vậy, thì mọi đám đông dù 100 hay 1 triệu người, cũng đều chỉ là một người họ Đám tên Đông.

Hãy nhớ: Ai cũng có thể thuyết trình, vấn đề chỉ là bạn cần phương pháp đúng đắn. Nếu bạn biết cách nói với một nhưng nhìn tất cả, bạn sẽ có một bài nói cuốn hút trước bất cứ ai.

Giờ tới lượt bạn!

Tóm lại: Nếu bạn không thể tóm gọn cuốn sách của mình trong một vài câu, thì hoặc là bạn sẽ bị lan man khi viết và chẳng biết

bao giờ mới xong, hoặc là bạn sẽ cứng họng khi có ai đó hỏi:

"Tóm lại sách bạn viết nói về cái gì?"

Hãy nhớ: Nếu viết được một đoạn hoặc một câu tóm gọn cuốn sách, bạn sẽ viết được cả cuốn sách, chưa kể là lúc ấy việc nghĩ tên sách cũng sẽ dễ dàng hơn gấp đôi!

Để tạo ra được thông điệp ấn tượng, bạn cần chơi đùa thật nhiều với các con chữ, đọc thật nhiều những câu châm ngôn để nâng cao tư duy ngôn ngữ. Bạn có thể Google từ khóa "Câu nói hay Fususu" để đọc hàng trăm câu nói hay do tôi dày công thiết kế và biên soạn trong nhiều năm qua.

Trên trời có ti tỉ vì sao, và không phải ngôi sao nào cũng được để ý. Trong thời đại này, bộ não mọi người thường xuyên phải đối mặt với không chỉ cơn bão, mà còn là những cơn động đất thông tin. Việc sở hữu thông điệp ấn tượng giống như bạn là vị thần cầm sao sáng ném về trái đất. Tuy nhiên nếu bạn ném không chuẩn, thì sẽ chẳng ai để ý, hoặc thậm chí ném trúng trái đất thì còn tai hại nữa!

Đó là lý do bạn cần tới ngôi sao thứ ba, có sức mạnh giúp bạn đưa ngôi sao thông điệp của mình vào vị trí hoàn hảo nhất. Nó sẽ giúp bạn tạo nên bức tranh tuyệt mĩ nhất trong vũ trụ tâm trí của độc giả, làm cho từng tế bào não chứng kiến cảnh ấy sẽ không thể nào quên. Nghe như phim ấy nhỉ, liệu bạn có thể làm được không?

Hãy lật trang và khám phá!

Ngôi sao #3 - Họa sĩ ngôn từ



Ngôi Sao #3

Họa Sĩ Ngôn Từ

Đã bao giờ bạn xem một bộ phim và muốn đi đâu đó, nhưng lại cảm thấy thật tiếc nếu phải rời mắt khỏi màn hình chưa?

Đã bao giờ bạn đọc một cuốn sách say sưa, bạn buồn ngủ lắm nhưng vẫn chưa muốn ngủ, cái tay bạn như thể đang tự động lật trang vậy?

Bí mật của những tác giả 5 sao đã tạo ra tác phẩm thu hút ấy là gì?

Hãy cùng khám phá ngay...

Bí mật "đạo diễn" ngôn từ

Năm 1970, giáo sư tâm lý học Albert Mehrabian, Đại học California, Hoa Kỳ, đã công bố công trình nổi tiếng mang tên 7-38-55. Theo đó, hiệu quả của quá trình giao tiếp và truyền đạt ý tưởng được quyết định bởi 55% là ngôn ngữ cơ thể (hình ảnh), 38% là giọng điệu (âm thanh) và 7% là ngôn từ.

Nghiên cứu này cho thấy hai cách thức tiếp thu thông tin mà bộ não dễ bị kích thích nhất. Đó là hình ảnh (ngôn ngữ cơ thể), và sự thay đổi (giọng điệu). Điều đó dễ dàng giải thích tại sao trẻ con lại thích đọc truyện tranh hơn là truyện chữ, cũng như tại sao các bộ phim dù dở vẫn có thể có doanh thu "khủng" hơn những cuốn sách bán chạy nhất. Người ta sẵn sàng bỏ tiền ra rạp dù chỉ được xem một lần, hơn là mua một cuốn sách mà thể đọc mãi mãi.

Lý do là trên phim, bộ não phải liên tục phải đối mặt với sự thay đổi của âm thanh, hình ảnh. Nó liên tục được kích thích một cách mạnh mẽ. Tuy vậy, cũng không thể phủ nhận sức mạnh của sách truyện.

Tôi đã từng đọc hết bộ truyện Harry Potter nổi tiếng và cảm thấy rất hay. Khi xem phim xong, cũng giống như nhiều độc giả khác, tôi cảm thấy vô cùng hụt hẫng. Điều này cũng xảy ra với rất nhiều tác phẩm điện ảnh được chuyển thể từ sách truyện, hầu hết các độc giả thường thất vọng sau khi xem bản điện ảnh của chúng. Tại sao lại như vậy?

Một thí nghiệm khoa học

Ngay bây giờ, tôi tha thiết cầu khẩn bạn: Đừng nghĩ về một con

heo màu đỏ, làm ơn đừng nghĩ về một con heo màu đỏ đang chọc ghẹo chú chó màu xanh!

Thế nào, con heo màu đỏ đáng yêu đó vẫn còn lảng vảng trong đầu bạn chứ? Tôi đã bảo đừng nghĩ tới nó rồi. Hay là bạn đã từng xem một bộ phim nói về con heo nào đó nên giờ nó hiện ra trêu bạn chăng?

Sự thật là những hình ảnh trên phim có thể thu hút bạn ngay lập tức, nhưng nếu nói về mức độ tạo ấn tượng thì chúng sẽ phải bái lạy trước ông nội của mình là các hình ảnh trong tâm trí.

Tin tôi đi, nếu tôi dành vài trang sách tới chỉ để nói về cuộc phiêu lưu của chú heo màu đỏ đi tìm tình yêu cuộc đời là chú chó màu xanh, thì tới sáng mai có thể bạn vẫn còn nhớ chúng đấy. Bởi vì đó là hình ảnh do chính bạn tạo ra, nên chắc chắn bạn sẽ nhớ hơn so với một hình ảnh từ bên ngoài.

Thực tế trong viết lách, thứ mà mọi người thường tin rằng chỉ tạo ra 7% hiệu quả truyền đạt là ngôn từ, thật ra lại có thể tác động tới 93%.

Đây cũng chính là bí mật của các tiểu thuyết gia.Nếu đã từng say sưa đọc một cuốn sách truyện nào đó, bạn sẽ thấy tác giả không chỉ dùng ngôn từ để vẽ ra những hình ảnh sinh động trong tâm trí bạn, mà họ còn khiến chúng chuyển động bằng các tình tiết gay cấn, khiến bạn có cảm giác như xem phim.

Một bộ phim do tâm trí tạo ra có sức mạnh tác động ghê gớm hơn nhiều so với một bộ phim thông thường. Nếu tác giả nào làm được điều này để thu hút người đọc, tôi gọi họ là những đạo diễn ngôn từ.

Khiến cho những con chữ nhảy múa là một yêu cầu bắt buộc đối với sách truyện. Thế còn sách học, sách phát triển bản thân, sách chia sẻ kinh nghiệm thì sao?

Khi viết dạng sách này, bạn sẽ khó tạo ra những nhân vật cuốn hút, hay những tình tiết gay cấn. Bạn khó có thể làm được những việc mà các đạo diễn ngôn từ đã làm trong sách truyện. Tuy nhiên, bạn vẫn có thể làm một việc có tác dụng tương đương:

Trở thành “Họa sĩ ngôn từ”

Đơn giản là bạn học cách sử dụng ngôn từ để vẽ lên trong tâm trí độc giả những hình ảnh ẩn dụ sinh động, gần gũi. Nếu đọc các cuốn sách 5 sao, bạn sẽ thấy đây là điều mà các tác giả đã làm rất nhiều.

Trong cuốn sách Ăn Con Ếch, Brian Tracy đã ví các nhiệm vụ phải thực hiện giống như việc ăn những con ếch sống. Câu hỏi đặt ra lúc này là bạn nên ăn con nào trước? Một hình ảnh ẩn dụ cực kỳ ấn tượng và đắt giá, tôi chỉ đọc một lần mà nhớ cả đời.

Hay trong cuốn sách Những Bước Đơn Giản Tới Ước Mơ, tác giả Steven K. Scott đã ví các bước ấy giống như những động cơ tên lửa. Khi bạn thực hiện hết theo chỉ dẫn, tên lửa của bạn sẽ đủ sức để giúp bạn phóng tới ước mơ.

Trong cuốn Chiến Thắng Trò Chơi Cuộc Sống, Adam Khoo đã ví cuộc sống như một trò chơi, và giới thiệu các bí quyết thành công như là “luật chơi”, giúp bạn trở thành “tay chơi thứ thiệt” và dễ dàng chiến thắng các thử thách của cuộc sống.

Nếu đọc sách do Fususu viết, bạn cũng sẽ thấy đây cũng là “đặc sản” không thể thiếu. Các hình ảnh ẩn dụ liên tục được tôi sử dụng qua từng trang sách, giúp bộ não của bạn như được “giải khát” khi đang bước trên một “sa mạc toàn chữ” vậy.

Bạn thấy đấy, “sa mạc toàn chữ” hay “giải khát cho bộ não” đều là những hình ảnh ẩn dụ thú vị. Thật vậy, ngay trong cuốn sách hướng dẫn về cách viết sách này, bạn cũng đã được chiêm ngưỡng nhiều “tác phẩm” của vị “họa sĩ ngôn từ” trong tôi đấy.

Hãy thử nhớ lại xem…

Ngoài bìa sách, tại sao tôi chọn khoảng thời gian viết sách là 9 tháng 10 ngày, chứ không phải là 10 tháng 9 ngày, hay một con số khác? Trong tâm trí bạn hiện ra hình ảnh gì? Chính xác, tôi đã ví sách như đứa con tinh thần của bạn. Để có một đứa bé khỏe mạnh, nó cần được nuôi dưỡng trong bụng mẹ tới 9 tháng 10 ngày. Cuốn sách của bạn cũng vậy!

Tôi đã ví một cuốn sách 5 sao cũng giống như một thứ gì đó 5 sao? Và từ giờ đi đâu khi nhìn thấy những Resort 5 sao, bạn hãy luôn nhớ tới ước mơ viết sách của bạn, cũng như những Review 5 sao mà bạn sẽ nhận được từ độc giả sau này.

Khi nói về thông điệp, tôi đã ví chúng như là những thứ gì lấp lánh bay qua trên trời? Phải rồi, đó là những ngôi sao chổi, và bạn cũng rất muốn làm một vị thần ném ra những ngôi sao hoàn hảo, tạo ra bức tranh tuyệt mĩ trong mắt độc giả đúng không?

Cách trở thành họa sĩ ngôn từ?

Một tin buồn với bạn, đó là rất nhiều người có khả năng viết lách lôi cuốn hay dùng từ giàu hình ảnh, là do năng khiếu.

Tin vui, bạn đang đọc sách của một người không hề có năng khiếu, đã rèn luyện được kỹ năng đó. Với kinh nghiệm viết cả sách học lẫn sách truyện, tôi tự tin khẳng định với bạn rằng: Sử dụng ngôn từ giàu hình ảnh, hay tạo ra những câu chuyện lôi cuốn đều là kỹ năng. Bạn có thể rèn luyện được, nếu bạn nắm trong tay phương pháp đúng đắn.

(1) Luyện tập gián tiếp

Với cách này, bạn hãy đọc sách thật nhiều, đọc tất cả những cuốn sách lọt top bán chạy trong lĩnh vực bạn quan tâm. Điều quan

trọng nhất là khi đọc, bạn cần đọc đi đọc lại ít nhất hai lần:

(1) Lần thứ nhất bạn đọc để thưởng thức, để học hỏi tri thức mà tác giả muốn truyền đạt cho bạn.

(2) Lần thứ hai bạn đọc để học hỏi cách viết, học cách sử dụng từ ngữ của tác giả.

Bộ não của bạn rất thông minh, khi tiếp xúc nhiều với một thứ gì đó, nó sẽ tự động học hỏi và sao chép, đặc biệt là trong lĩnh vực ngôn ngữ. Bạn càng đọc nhiều, vùng thông minh ngôn ngữ trong não bộ sẽ càng được kích thích, vốn từ của bạn sẽ ngày càng tăng, khả năng diễn đạt sẽ ngày càng tốt hơn.

Do vậy, nếu có đoạn nào đó mà bạn thích thú, hãy đọc đi đọc lại thêm vài lần, và để ý các hình ảnh ẩn dụ trong đó.

(2) Luyện tập trực tiếp

Trong lúc nói chuyện hàng ngày, thậm chí đăng trạng thái Facebook, hoặc bất cứ khi nào bạn cần mô tả một thứ gì đó. Hãy cố gắng tạo ra hình ảnh trong tâm trí người nghe bằng cách so sánh, kết nối mọi thứ lại với nhau bằng các cụm từ:

"Cứ tưởng như…", "Cứ như thể..." , "Kiểu như là…", "Cảm giác như…", "Giống như là…"

Ví dụ khi bạn thấy ai đó thuyết trình rất cuốn hút, thay vì khen chung chung "Bài nói của bạn hay quá" thì bạn có thể nói "Xem bạn trình bày, mà tưởng như Obama tái xuất". Làm vậy sẽ vừa ấn tượng hơn, vừa giúp bạn trở thành "họa sĩ ngôn từ".

Thay vì diễn tả cảm xúc một cách chung chung, bạn có thể thử diễn tả nó một cách sinh động hơn:

Bực tức: "Ruột gan lộn tùng phèo cả lên."

Thất vọng: "Như rớt từ 9 tầng mây xuống vậy".

Buồn bã: "Sao buồn thế? Wifi bị cá voi cắn à?"

Hớn hở: "Mới nhặt được tiền hay sao?"

Vui sướng: "Vui cứ như Nobita được 10!"

Bên cạnh đó, bạn cũng hãy tìm hiểu về một kỹ năng không chỉ hữu ích cho viết lách, mà còn giúp bạn thuyết trình đầy cảm hứng, giúp đưa thông điệp của bạn chạm bến bờ tâm trí của độc giả.

Kỹ năng kể chuyện

Bạn còn nhớ câu chuyện về chú bé nói dối cả làng là có chó sói không?

Bài học bạn rút ra là gì?

Bạn vẫn còn nhớ bài học đó sau bao nhiêu năm không ôn lại sao?

Những câu chuyện là yếu tố không thể thiếu trong bất cứ một cuốn sách 5 sao bán chạy nào. Và nói thật là nhiều khi bạn sẽ thấy có những cuốn sách chẳng có thông điệp gì rõ ràng, tác giả chỉ kể chuyện lan man mà vẫn có đầy người đọc!

Có thể độc giả sẽ quên những điều bạn giải thích, nhưng họ sẽ khó mà quên câu chuyện bạn kể. Và khi nhớ được câu chuyện, họ sẽ nhớ ra thông điệp, rồi dần kết nối lại mọi thứ.

Thực ra thì kỹ năng kể chuyện trong thuyết trình hoặc viết sách học sẽ đơn giản hơn nhiều so với sách truyện hoặc tiểu thuyết. Tuy nhiên, chừng đó cũng đủ để tôi viết hẳn một cuốn sách 300 trang về nó!

Nếu như hầu hết các tác giả thông thường hay kể theo lối tường thuật: Hôm ấy, chuyện đấy xảy ra; thì bạn sẽ thấy các tác giả 5 sao làm sống lại câu chuyện của họ với bí quyết T.N.T:

T - Thấy: Họ giúp độc giả thấy được những gì mình đã từng thấy.

N - Nghe: Họ giúp độc giả nghe được những gì mình đã từng nghe.

T - Trải: Họ giúp độc giả trải qua những cảm xúc mình đã trải qua.

Nếu mở sách TNT - Bí Quyết Thuyết Trình Từ Nhà Vô Địch chương #2 phần 5 Cánh Sao và chương #5 phần 7 Bước Xây, bạn sẽ không chỉ nắm được bí quyết chi tiết hơn về T.N.T trong kể chuyện, mà còn biết 7 yếu tố để có thể kể chuyện hấp dẫn:

(1) Bối cảnh tò mò.

(2) Nhân vật sinh động.

(3) Mâu thuẫn leo thang.

(4) Vị thầy & phương thuốc.

(5) Câu thoại hài hước.

(6) Kết quả khác biệt.

(7) Kết nối khán giả.

Nói chung kể chuyện là một kỹ năng khá nâng cao, đòi hỏi thời gian rèn luyện, nên trước mắt bạn chỉ cần tập "họa sĩ ngôn từ" là ổn. Đơn giản là dùng kỹ thuật liên tưởng so sánh để giúp độc giả hiểu và nhớ mọi thứ bạn nói, đã là quá tuyệt vời rồi!

Một bí mật ít biết

Bây giờ, giả sử độc giả đã đọc xong sách của bạn và cảm thấy rất hay. Vậy điều mà các tác giả 5 sao sẽ quan tâm nhất sau đó?

Độc giả dành tặng những Review 5 sao ư?

Độc giả viết cho họ lời cảm ơn sâu sắc ư?

Độc giả giới thiệu sách đến với bạn bè ư?

Những điều ấy thật tuyệt, nhưng một tác giả 5 sao thực thụ sẽ khác. Điều mà họ quan tâm nhất đó là người đọc sẽ áp dụng như thế nào. Khi ấy thì 5 sao, hay ngàn sao chỉ là hệ quả của việc đó mà thôi.

Do đó, bạn cần ngôi sao tiếp theo, một điều mà kể cả các tác giả viết cả tá sách, mà cũng có thể đã không để ý tới nó. Điều này khiến cho cuốn sách họ viết ra dù rất hay nhưng không áp dụng được, gây lãng phí thời gian của độc giả.

Ngôi sao #4 - Hai loại thần lực



Ngôi Sao #4

Hai Loại Thần Lực

Bạn nói, họ nghe, rồi quên.

Bạn nhắc, họ nhớ, rồi lại quên.

Bạn truyền cảm hứng, họ làm, họ nhớ mãi.

Đó là một ngạn ngữ phương tây mà tôi rất ấn tượng, cũng là bí mật để tạo ra sự ảnh hưởng sâu sắc của các tác giả 5 sao.

Đã bao giờ bạn đọc sách thế này chưa?

Lúc đọc bạn rất chăm chú, tác giả viết rất hay, bạn đã bật cười và vỗ đùi đen đét. Tuy nhiên sau khi gấp sách lại, bạn chẳng biết phải áp dụng sao, cũng như bắt đầu từ đâu. Sau một thời gian, bạn chẳng còn nhớ cuốn sách đó đã viết những gì nữa.

Ngược lại, hãy nhớ tới một cuốn sách đã có ảnh hưởng sâu sắc tới bạn. Có phải bên cạnh việc chia sẻ một ý tưởng gì đó khiến bạn thích thú, tác giả còn đưa ra một gợi ý hành động rất cụ thể, hay một thói quen độc đáo mà tới giờ bạn vẫn thực hiện?

Trước khi bắt đầu hành trình vừa du lịch vừa viết sách vào 2015, tôi đã có hơn 1500 giờ huấn luyện khóa học Tôi Tài Giỏi Bạn Cũng Thế với chuẩn mực của tập đoàn Adam Khoo, Singapore. Kinh nghiệm quý báu đó đã giúp tôi nghiệm ra một điều thú vị.

Dù bạn thuyết trình hay là viết sách thì cũng đều có chung một mục tiêu. Đó là truyền tải một thông điệp nào đó để người ta thay đổi cách nghĩ, cách hành động, từ đó tạo ra kết quả mới trong cuộc đời họ. Trong hàng chục ngàn học viên tôi đã tiếp xúc, có những bạn thay đổi rất mạnh mẽ với kết quả rõ rệt, song không phải bạn nào cũng được như vậy.

Nếu đã đọc sách Thay Thói Quen Đổi Cuộc Đời, bạn sẽ biết rằng để thay đổi thành công bất cứ ai, kể cả một người khó thay đổi nhất là chính bản thân mình, thì động lực thôi vẫn chưa đủ. Bạn cần phải chú ý tới một loại “thần lực” thứ hai mà hầu hết mọi người đều bỏ qua: Thực lực.

Câu chuyện giả tưởng, bài học thực tế

Bạn còn nhớ câu chuyện rùa và thỏ chạy đua chứ? Rùa đã chiến thắng do thỏ chủ quan. Tuy nhiên, nếu đua lại lần hai thì ai sẽ là

người thắng? Liệu thỏ có tiếp tục thua đau một lần nữa hay chăng?

Xét về thực lực, khả năng chạy của thỏ rõ ràng cao gấp chục lần rùa. Chỉ là do lần đầu thỏ chủ quan nên thỏ mà không có động lực về đích mau chóng. Nếu được thi lại thì với thực lực cao sẵn, cùng động lực do cay cú, thỏ chắc chắn sẽ chiến thắng. Tuy vậy, rùa dại gì thi lần hai, làm vậy thì rùa đâu có đi vào huyền thoại?

Giả sử sau hôm thua đau ấy, thỏ đã mời rùa một bữa nhậu bên sông với thực đơn là món bia gia truyền làm từ cà rốt nhà thỏ. Trong lúc ngà ngà say và có chút bốc đồng, rùa đã chót nhận lời mời thi đấu lần thứ hai với thỏ.

Bạn nghĩ lúc này động lực chiến thắng của rùa có cao không? Cao ngút trời là đằng khác. Nhờ thắng thỏ lần trước mà rùa đã đi vào huyền thoại. Giờ nếu thua, tên tuổi rùa sẽ biến mất vĩnh viễn, các thế hệ sau này sẽ không thể nào biết tới câu chuyện rùa và thỏ. Dù động lực cao nhưng rùa vẫn thiếu tự tin lắm.

Tình cờ, rùa được giới thiệu một khóa học truyền lửa gì đó, giúp khai phá khả năng tiềm ẩn và đánh thức sức mạnh phi thường trong mình. Biết đâu rùa có khả năng tiềm ẩn là chạy nhanh như tên lửa?

Nghĩ vậy, rùa đã đăng ký học.

Vào ngày tái đấu, rùa khí thế lắm, đeo băng đỏ trên trán như một võ sư, rùa thét lên trước mặt bàn dân thiên hạ, “Tôi quyết tâm! Tôi làm được! Tôi sẽ thắng!”

Thỏ thấy vậy cũng hoảng. Không biết mấy diễn giả kia truyền lửa gì vào đầu rùa, mà lại ra nông nỗi như thế này. Thế là thỏ lại càng quyết tâm chiến thắng.

Ngay khi tiếng súng của trọng tài vang lên, thỏ chạy vút đi như một cơn gió, và tới đích chỉ trong một phút. Còn rùa đứng đó há hốc mồm, rồi xấu hổ bỏ đi trong tiếng cười ha hả của mọi người. Từ ấy, không ai nghe nói về rùa nữa.

Tất nhiên, đó chỉ là một câu chuyện giả tưởng. Rùa thông minh

lắm, nó không dễ gì để thỏ chuốc say mà chuốc vạ vào thân. Giờ đây con cháu nhà rùa vẫn tự hào vì chiến thắng oanh liệt của cụ tổ. Họ còn đúc tượng cho rùa với hàng chữ khắc bóng bẩy:

"Nhanh hay chậm không quan trọng, quan trọng là bạn vẫn tiến lên mỗi ngày!"

Đó cũng là là khẩu hiệu giúp loài rùa ngày càng vươn cao, vươn xa, trong... thế giới cổ tích.

Một câu chuyện giả tưởng, nhưng lại cho chúng ta một bài học thực tế, cũng là một quy luật sẽ giúp bạn và độc giả của mình thay đổi thành công.

Động lực và thực lực

Hãy cùng phân tích động lực và thực lựa của cả hai đối thủ trong câu chuyện trên.

Ở lần thi đấu thứ nhất:

Thỏ: Thực lực rất cao nhưng động lực thấp, nên chủ quan mà thua trận.

Rùa: Thực lực siêu thấp nhưng động lực cao, lại ăn may nhờ thỏ chủ quan nên chiến thắng.

Lần thi đấu thứ hai (nếu có):

Thỏ: Thực lực cao, kết hợp với động lực cao do cay cú, chiến thắng là điều tất yếu.

Rùa: Thực lực thấp, nên dù động lực có cao tới mấy, cũng không thể thắng. Đây là thực tế phũ phàng.

Tóm lại: Khi thực lực thấp mà động lực cao, thì chiến thắng chỉ là may mắn.

Điều này giải thích cho việc tại sao nhiều người tham gia các khóa học truyền động lực, đọc những cuốn sách truyền cảm hứng, cuối cùng sau một thời gian vẫn "đâu lại vào đấy."

Lý do thật đơn giản. Nếu như thực lực bạn vốn cao, bạn luôn biết chính xác mình cần phải làm gì để thành công, chỉ là bạn lười chút thôi, thì khi được cung cấp động lực, bạn sẽ dễ dàng nhảy ra khỏi vùng an toàn, bạn hành động và bạn thành công!

Còn với những người thực lực đang thấp thì dù bạn có tạo động lực mạnh tới mấy, thì cũng giống như đẩy một người lên thuyền ra khơi tìm kho báu, trong khi anh ấy vẫn chưa tốt nghiệp lớp mẫu giáo của thủy thủ. Khi gặp sóng gió, họ sẽ tìm mọi cách để quay trở lại bờ.

Tuy vậy, tôi không phủ nhận sức mạnh của các khóa học tạo động lực. Vì bản thân khóa học Tôi Tài Giỏi ngày xưa đã từng giúp tôi tìm ra ước mơ trở thành diễn giả và tác giả sau này. Động lực lớn như một bệ phóng giúp bạn ra quyết định, giúp bạn đóng lại trang sách xưa cũ cuộc đời mình. Tất nhiên, trang sách mới có tươm tất hơn không, bạn có thành công hay không thì còn phụ thuộc vào hành động của bạn sau đó để nâng cao thực lực.

Hãy nhớ: Hầu hết mọi người không thay đổi, không phải là vì họ thiếu động lực, mà là vì họ quá phụ thuộc vào động lực.

Động lực chỉ là cảm xúc, khi đang ở trong trạng thái hừng hực khí thế, bạn có thể nghĩ mình đã thay đổi. Tuy nhiên sau đó, khi không đạt được kết quả như ý, sớm muộn mọi động lực rồi sẽ tiêu tan, người ta trở lại bình thường như chưa có gì thay đổi.

Do vậy, để cuốn sách của bạn thực sự giúp ích cho nhiều người với kết quả bền vững, thì bạn cần phải khéo khéo sử dụng cả hai loại "thần lực" này.

Nếu bạn tạo cảm hứng tốt, nhưng chỉ đưa ra gợi ý chung chung, hoặc vượt quá thực lực của độc giả thì sẽ có vấn đề lớn. Bạn sẽ không chỉ làm lãng phí thời gian của họ, mà bạn còn có thể nhận được những đánh giá kiểu như sách hay nhưng khó áp dụng.

Bí quyết để sách dễ dùng là gì?

Đó là bạn phải rất hiểu độc giả của mình.

Nếu độc giả là người có tri thức, thường thực lực sẽ cao, họ thích những ý tưởng lạ, những câu chuyện cảm hứng. Khi đã có một góc nhìn mới mẻ, hay một ý tưởng kích thích, họ sẽ hành động, họ sẽ thực hiện những điều họ vốn biết nhưng chưa làm. Lúc này, bạn có thể tập trung vào cung cấp việc động lực, đưa ra nguyên lý, họ sẽ tự áp dụng.

Còn nếu độc giả là những người mới bước vào lĩnh vực của bạn, thực lực của họ tuy mới nhú nhưng động lực học hỏi thì rất cao. Chỉ cần bạn đưa ra các gợi ý hành động cụ thể với lộ trình rõ ràng là họ sẽ áp dụng ngay để nâng cao thực lực. Dần dần, họ sẽ tự hiểu ra các nguyên lý sâu sắc đằng sau.

Điều đó có nghĩa là bạn càng muốn sách mình dễ đọc dễ dùng cho nhiều đối tượng, thì bản thân bạn phải càng trải qua mọi thứ từ A-Z trong lĩnh vực bạn định viết về nó. Vì khi ấy, bạn có thể đóng hai vai, vừa là một người bạn chia sẻ kinh nghiệm chi tiết cho những người mới bắt đầu, vừa là một người thầy chỉ đường dẫn lối, đưa ra nguyên tắc sâu sắc, giúp tháo gỡ khó khăn cho các độc giả có thực lực cao mà đang bế tắc.

Tất nhiên, bạn hoàn toàn có thể định hướng đối tượng mà viết sách. Bạn nói rõ là sách này dành cho đối tượng nào ngay từ đầu sách, thậm chí trên bìa sách, để tránh tạo kỳ vọng không hợp lý cho độc giả.

Làm sao thỏa mãn độc giả khó tính?

Để viết những ra cuốn sách 5 sao, bản thân tác giả đã phải nghiên cứu và có trải nghiệm rất sâu sắc một kỹ năng nào đó tới mức thành thục. Từ ấy họ vừa có thể truyền cảm hứng cho bạn, vừa có thể đưa ra cho bạn từng bước hành động rõ ràng. Khi phân tích

sách của họ, bạn sẽ thấy chúng không thể thiếu ba thứ sau đây đi kèm với các thông điệp ấn tượng.

(1) Câu chuyện cảm hứng

Hành trình khám phá ra những bí mật thú vị để chia sẻ với độc giả, hay câu chuyện thực tế của những người đã áp dụng hiệu quả. Được kể lại một cách sống động và hấp dẫn trong sách.

Sau hơn cả chục năm kể từ khi đọc cuốn Tôi Tài Giỏi Bạn Cũng Thế, tôi vẫn còn nhớ mãi hình ảnh bố của Adam Khoo dắt ông tới từng ngôi trường, và hết lần này lần khác họ đều từ chối ông vì ông học quá dốt. Nhưng sau đó, Adam Khoo đã trở thành một trong những tỉ phú trẻ nhất và giàu có bậc nhất của Singapore.

(2) Nguyên lý sâu sắc

Những bí ẩn đằng sau sự thất bại của hầu hết mọi người, cũng như bí mật để gặt hái thành công trong lĩnh vực đó. Thường thể hiện bằng ngôn từ dễ hiểu, và các hình tượng dễ nhớ.

Sau khi đọc cuốn Ăn Con Ếch của Brain Tracy, hình tượng con ếch lúc nào cũng ám ảnh tôi, khiến tôi luôn đặt ra câu hỏi việc mình đang làm có thật sự quan trọng? Từ đó giúp tôi quản lý thời gian của mình ngày càng hiệu quả hơn.

(3) Bản đồ hành động

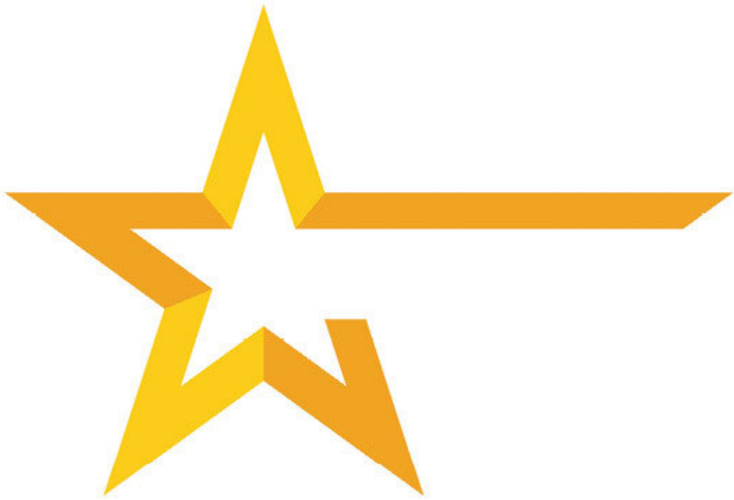
Những gợi ý hành động cụ thể từng bước từ dễ đến khó, phù hợp với thực lực của từng đối tượng độc giả, ở từng giai đoạn khác

nhau. Bản đồ càng rõ ràng và càng được kiểm chứng bởi nhiều người, thì sức thuyết phục cho cuốn sách của bạn càng cao.

Nếu mở mục lục cuốn Những Bước Đơn Giản Tới Ước Mơ, bạn sẽ thấy Steven K. Scott đưa cho độc giả một bản đồ vô cùng chi tiết. Từ chặt bỏ 6 sợi xích làm bạn trì hoãn, cho tới kích hoạt 7 động cơ mạnh mẽ trong bạn để “bay” tới thành công.

Câu chuyện cảm hứng, nguyên lý sâu sắc, và bản đồ hành động. Đó là chiếc kiềng ba chân, giúp thông điệp trong sách của bạn có thể đứng vững trước những độc giả từ dễ tính tới khó tính nhất. Vậy làm sao để kết hợp các yếu tố trên một cách khoa học, và giúp độc giả của bạn xuyên thủng bức tường trì hoãn?

Bí quyết nằm ở ngôi sao tiếp theo.



Ngôi Sao #5

Đừng Viết, Hãy Xây!

Ngôi sao #5 - Đừng viết, hãy xây!

Hầu hết mọi người nghĩ rằng để viết sách, bạn cần có năng khiếu. Mọi tác giả chỉ cần ngồi xuống, cầm bút lên, hoặc chạm tay vào bàn phím là con chữ cứ thế tuôn trào. Sự thật là hầu hết các cuốn sách 5 sao được "xây" trong nhiều tháng, thậm chí nhiều năm.

Nếu có ai đó viết một mạch vài tuần là xong, thì hoặc họ là thiên tài, hoặc họ đã phải có rất nhiều năm kinh nghiệm chia sẻ. Khi ấy, việc viết lách đơn giản chỉ là tổng hợp lại những gì đã có, và phụ thuộc vào tốc độ đánh máy của họ mà thôi.

Dù bạn đã có kinh nghiệm hay chưa thì nếu nắm được nguyên lý trong phần này, bạn sẽ thấy viết sách cũng giống như xây nhà. Khi ấy, để có một cuốn sách 5 sao, hay một Resort 5 sao hoàn hảo cho tâm trí độc giả, bạn cần một bản thiết kế!

Viết có cảm xúc, lách có cấu trúc!

Hãy tưởng tượng một căn nhà được xây hoàn toàn theo cảm hứng mà xem?

Có thể bạn sẽ tìm thấy một "hầm" vệ sinh to bự ngay dưới phòng khách, với lý do là anh kiến trúc sư nghĩ rằng sẽ tiện hơn cho khách. Họ sẽ không cần phải đi xa, chỉ việc lật ghế sofa lên là có thể giải quyết "nhu cầu"ngay tại chỗ.

Nay xây chỗ này, mai sửa chỗ kia, cuối cùng bạn sẽ có mớ gạch hỗn độn, hơn là căn nhà. Khi viết sách truyện, đôi khi cho phép mình đi theo cảm hứng cũng tốt, nó sẽ mở ra hướng đi bất ngờ cho cuốn tiểu thuyết. Còn viết sách học, sách hướng dẫn độc giả chinh phục mục tiêu mà đi lan man, bạn sẽ không chỉ làm khán giả bối rối, mà cuốn sách mất cân đối.

Đi hai chân bao giờ cũng tốt hơn nhảy lò cò, để viết được sách 5 sao, bạn phải sử dụng sức mạnh toàn não bộ: Tư duy logic từ bán cầu não trái, và tư duy hình ảnh từ bán cầu não phải. Nếu bạn kết hợp được giữa cảm xúc mạnh mẽ của mình, với logic rõ ràng, cuốn sách bạn tạo ra sẽ trở thành một resort 5 sao hài hòa như một bản nhạc từ thiên đường!

Viết lách có cấu trúc là bạn tạo ra một bản thiết kế tổng thể, để dù cảm xúc thăng hoa tới mấy, các con chữ tuôn trào luôn tìm được vị trí thích hợp của chúng. Một bản thiết kế hoàn hảo sẽ không chỉ định hướng cho cuốn sách, giúp bạn nắm tiến độ viết lách, mà còn giúp độc giả dễ dàng theo dõi và áp dụng.

Dưới đây là một kho báu thực thụ. Tôi gọi nó là bản thiết kế tiêu chuẩn một cuốn sách 5 sao, được đúc kết dựa trên:

(1) Kinh nghiệm đọc và học từ các tác giả huyền thoại với hàng chục đầu sách bán chạy trên thế giới.

(2) Nguyên tắc xây dựng bài nói của các nhà vô địch diễn thuyết thế giới từ những năm 1986 tới nay.

(3) Kinh nghiệm viết và tự xuất bản sách từ A-Z thực tế của tôi ở Việt Nam nhiều năm qua.

Bản thiết kế vàng cho sách 5 sao

Nếu bạn mở hàng trăm cuốn sách bán chạy, đọc phần mục lục của các tác giả, tôi tin rằng bạn sẽ học được rất nhiều điều. Đây là điều tôi đã học được:

Nếu như một bài văn có mở bài, thân bài, kết bài, thì một cuốn sách chỉ khác chút thôi. Nó có mở sách, thân sách, và… kết sách!

Có thể bạn nghĩ tôi đang đùa. Tuy nhiên, chân lý thì thường đơn giản tới mức bất ngờ như vậy. Đúng là bất cứ cuốn sách nào tử tế, thì cũng gồm ba phần tương tự thế. Chúng chẳng khác nào một bài

văn dài vài trăm trang, sự khác biệt nằm ở các chi tiết nhỏ.

Tôi tin là đọc từ đầu tới giờ và nắm được 4 ngôi sao phía trước, bạn cũng đã cảm nhận được phần nào sự khác biệt. Ngôi sao thứ 5 này giống như một… thiên thạch với sức hút tương đương cả tấn nam châm, quét qua và kết nối tất cả các ngôi sao còn lại.

Phần A - “mở” sách

A.1 - Bìa sách

Các tác giả thông thường nghĩ rằng người ta sẽ bắt đầu đọc sách của họ ở trang đầu tiên. Tác giả 5 sao biết rằng, độc giả sẽ bắt đầu đọc sách ngay từ trang bìa, sau đó mới tới nội dung bên trong.

Trang bìa có thể ví như bộ mặt cuốn sách của bạn, giúp tạo ấn tượng với độc giả trong lần “hẹn hò” đầu tiên. Đó là lúc họ thấy sách của bạn trên kệ. Sự thực là nhiều người mua sách chỉ vì cái bìa đẹp. Sau đó họ biến nó thành món quà, thậm chí là món đồ trang trí trên tủ làm căn phòng của họ thêm “sang”.

Tất nhiên, tôi không ủng hộ bạn tạo ra một cuốn sách chỉ để làm vật trang trí. Bìa sách có thể không cần lung linh, nhưng cần phải có khác biệt. Vậy đâu là những yếu tố làm nên sự khác biệt?

Yếu tố #1 - Về mặt thiết kế

Tùy đối tượng độc giả và xu hướng mà bạn nên nhờ các nhà thiết kế chuyên nghiệp tư vấn. Nhanh nhất là bạn google từ khóa “mẫu thiết kế bìa sách độc đáo” kèm theo số năm để tham khảo các mẫu thiết kế ấn tượng theo xu hướng của năm đó.

Với kinh nghiệm của tôi, thiết kế bìa của các sách 5 sao thường đơn giản, song mang tính biểu tượng rất cao. Chúng không chỉ thể hiện được nội dung cuốn sách, mà còn tạo ra được sự khác biệt.

Giống như khi thấy chữ F màu trắng trong hộp xanh, người ta nghĩ tới Facebook, thấy quả táo khuyết người nghĩ tới hãng điện thoại Apple. Mỗi cuốn sách 5 sao cũng sẽ tạo ra trong tâm trí người đọc một biểu tượng nào đó.

Yếu tố #2 - Về mặt nội dung

Có 5 yếu tố sau bạn cần quan tâm:

(1) Tiêu đề sách: Tên sách hấp dẫn là một yếu tố quan trọng. Ở phần 7 bước xây bạn sẽ được khám phá từng bước tạo ra một tên sách ấn tượng và hoàn hảo nhất cho sách của bạn.

(2) Tiêu đề phụ: Những gạch đầu dòng làm rõ hơn tên sách, giới thiệu ngắn gọn lợi ích cuốn sách, hoặc gợi mở, kích thích sự tò mò của độc giả.

(3) Mác "Best-seller" hoặc Review:

Nếu để ý bạn sẽ thấy nhiều sách thường có biểu tượng Best-seller, hoặc có Review, lời giới thiệu của người nổi tiếng. Đây là một kỹ thuật Marketing, giúp độc giả yên tâm hơn về chất lượng cuốn sách.

Cá nhân tôi ít khi sử dụng cách này, vì nó sẽ tạo ra kỳ vọng khá cao cho độc giả. Nếu sách thỏa mãn kỳ vọng ấy thì không sao, nhưng nếu không thỏa mãn thì bạn biết chuyện gì xảy ra rồi đấy.

Hơn nữa, Bestseller cũng hay bị hiểu lầm. Khi cuốn sách mới ra mà được Marketing tốt, nó sẽ được rất nhiều người mua vào thời điểm phát hành. Lúc ấy, số lượng sách bán tăng đột biến trong khoảng thời gian ngắn, và việc lọt top sách bán chạy không khó.

Điều đó có nghĩa là một Bestseller thực thụ, là khi cuốn sách ấy

vẫn trụ vững trong top sách bán chạy nhiều năm, được nhiều độc giả săn đón và truyền tay nhau. Chứ không phải là lên top vài tuần đầu tiên rồi chìm nghỉm, nhưng người ta vẫn cứ lấy danh là Bestseller, mà thực ra đó là "đã từng Bestseller".

Còn về các Review của người nổi tiếng. Nếu có cũng rất tuyệt, nhưng có rủi ro nhất định. Nếu bạn gắn sách của bạn với tên tuổi ai đó, và khi họ gặp vấn đề gì đó… thì sách của bạn sẽ bị ảnh hưởng.

Hơn nữa, hầu hết độc giả của bạn là người bình thường (với mong muốn trở nên phi thường), nên bạn càng để các Review của người nổi tiếng (mà không có điểm nào đó giống độc giả), thì bạn càng làm cho cuốn sách của mình trở nên xa cách.

An toàn nhất, bền vững nhất, là bạn nên dành khoảng trống này để đối thoại với độc giả. Giúp họ hiểu lợi ích của cuốn sách thì tốt hơn là dựa dẫm vào những cái mác. Nếu bạn tạo ra kỳ vọng lớn, mà không thỏa mãn, mọi thứ sẽ sụp đổ. Còn kỳ vọng vừa đủ, mà thỏa mãn vượt mong đợi, mọi thứ sẽ thăng hoa!

(4) Giới thiệu tác giả:

Đây là phần không thể thiếu, thường được đặt ở tai sách hoặc mặt sau sách và được viết theo ngôi thứ ba, như thể ai đó đang giới thiệu về tác giả để tạo sự khách quan.

Chỉ có một lưu ý, là để tránh "khoe thành tích", bạn hãy đảm bảo phần giới thiệu này được viết dưới dạng "Trước đây, Sau đấy":

Trước đây bạn gặp khó khăn như thế nào giống độc giả? Sau đấy bạn đạt kết quả khác biệt ra sao? Khi đã biết điều gì xảy ra "Trước đây" và "Sau đấy", chắc chắn độc giả sẽ tò mò điều gì xảy ra "Trong đó"? Đây là một kỹ thuật kết nối rất tuyệt vời.

(5) Một số thông tin khác:

Nhiều người coi sách cũng là một công cụ Marketing cho tác giả, hoặc công ty phát hành. Đó là lý do bạn có thể thấy họ để thông tin Logo, Website trên đó.

Còn tôi thì coi sách là một công cụ để kết nối, cung cấp thêm kiến

thức và chăm sóc độc giả. Tôi thường để thêm một mã QR hoặc đường link trên bìa sau hoặc tai sách. Khi truy cập, độc giả sẽ để lại thông tin liên hệ và nhận quà.

A.2 - Mục lục

Sách truyện và tiểu thuyết thường giống một bộ phim nên sẽ không cần mục lục, hoặc mục lục chỉ có số thứ tự chương và số trang. Còn với sách học, mục lục rất quan trọng, nó giống như một tấm bản đồ giúp bạn định hướng khi viết, giúp độc giả dễ dàng theo dõi.

Mục đích ban đầu của mục lục là để giúp độc giả có thể truy cứu thông tin và thường được đặt ở cuối sách. Tuy nhiên sau này khi có vô vàn cuốn sách ra đời, nó đã trở thành một yếu tố quan trọng để đánh giá chất lượng sách. Mục lục càng chi tiết, càng chứng tỏ sách viết có cấu trúc rõ ràng.

Do đó, nhiều người đã làm mục lục rất chi tiết, và để nó ngay đầu sách. Điều này cũng tốt, chỉ là nếu mục lục quá dài sẽ khiến độc giả phải lật rất nhiều trang mới tới được những phần quan trọng hơn, hoặc họ sẽ bỏ qua mục lục.

Vì thế mà tôi thường dành không quá 2 trang cho mục lục. Nếu dài, bạn có thể thiết kế hai mục lục với hai mục đích khác nhau như trong cuốn sách Thay Thói Quen Đổi Cuộc Đời.

(1) Mục lục gợi mở: Gồm tiêu đề các chương lớn, đặt ở đầu sách nhằm khơi gợi sự tò mò.

(2) Mục lục chi tiết: Gồm tiêu đề chi tiết, đặt ở cuối sách để giúp độc giả tra cứu thuận tiện.

A.3 - Lời mở đầu

Đây là một phần quan trọng của cuốn sách, nơi các tác giả thường sẽ tranh thủ để:

Tự giới thiệu bản thân.

Hành trình ra đời cuốn sách.

Nêu rõ lợi ích cuốn sách mang lại.

Nói rõ sách dành cho ai, không dành cho ai.

Nói rõ sách có những gì và không có những gì.

Đưa ra chỉ dẫn về cách đọc sách và áp dụng.

Điều quan trọng nhất của phần này, là bạn giúp độc giả cảm thấy xuất phát điểm của họ và bạn cũng không khác là bao. Chỉ là bạn nắm trong tay phương pháp độc đáo nào đó. Từ ấy, bạn sẽ giúp độc giả hình dung về một viễn cảnh tương sáng, sau khi áp dụng những kiến thức bạn chia sẻ.

Nếu để ý, bạn sẽ thấy trong phần đầu tiên của cuốn sách này, tôi đã không chỉ nói tới ngày bạn xuất bản được sách, mà còn mô tả rõ lợi ích từng chương sẽ giúp bạn thế nào. Hãy thử lật lại chương đầu và xem tôi nói đúng không nhé.

Bạn cũng sẽ thấy tôi thường giới thiệu có quà ở cuối sách, để khuyến khích độc giả đọc hết sách. Hoặc chí ít thì họ cũng lật tới trang cuối để điền thông tin, nhận quà, và tôi sẽ gửi những Email truyền cảm hứng, giúp họ đọc hết cuốn sách.

Phần B - “Thân sách” 5 sao

Sự thực là bạn có thể đã mất nhiều năm để có được các kinh nghiệm quý báu, cho nên rất khó để độc giả có thể nắm bắt hết trong vài trang sách. Giống như một chiếc bàn phải có đủ chân mới vững, khi độc giả nắm rõ được từng phần trong sách, họ sẽ thấm nhuần thông điệp sâu sắc bạn muốn truyền tải.

Do đó thân sách là phần dài nhất, chứa nội dung chính của cuốn sách. Tùy loại sách, lĩnh vực, nội dung mà bố cục có thể khác nhau. Trong khuôn khổ sách học thì bất cứ lãnh vực nào, hay dài bao nhiêu chương, sách 5 sao cũng phải trả lời được thỏa đáng ba câu dưới đây, thì mới thỏa mãn nhu cầu độc giả:

WHY: Tại sao hầu hết mọi người thất bại?

WHAT: Những nào yếu tố tạo ra thành công?

HOW: Phải bắt đầu từ đâu, từng bước ra sao?

Nếu như kho kinh nghiệm của bạn đủ để trả lời các câu hỏi trên, thì có thể coi phần nội dung cốt lõi của sách đã xong. Từ đó, bạn có thể xây dựng mục lục cho sách, và bắt tay vào viết từng phần.

Đây là một cấu trúc "ngầm" khá phổ biến trong các sách 5 sao, mà tôi gọi là cấu trúc tam đoạn. Số chương, số phần, cách sắp xếp có thể linh hoạt tùy sách nhưng chúng luôn đảm bảo có đầy đủ ba phần:

B.1 - Nguyên nhân thất bại

Câu chuyện tạo cảm hứng, hành trình tìm ra bí quyết của bạn, giúp người đọc nhìn ra các sai lầm mà bạn cũng như họ đã từng mắc phải. Sai lầm càng ít biết, hậu quả tạo ra càng trầm trọng,

cuốn sách của bạn sẽ càng hứa hẹn.

B.2 - Yếu tố thành công

Nói về các yếu tố quan trọng để đạt được thành công, giúp người đọc hình dung ra thành công của họ sẽ trông như thế nào. Các yếu tố đưa ra càng đơn giản, mà bạn càng phân tích được sâu sắc, thì sách của bạn càng khác bệt.

B.3 - Bản đồ hành động

Bản đồ từng bước thực hiện cụ thể giúp độc giả vừa tránh các sai lầm, vừa đảm bảo đầy đủ các yếu tố thành công, và tiến tới mục tiêu mỗi ngày. Bản đồ càng dễ nhớ, dễ làm thì khả năng thực hiện của độc giả càng cao, sách của bạn sẽ càng thành công.

Tuy nhiên, nếu chỉ đơn giản như vậy thì đã có nhiều cuốn sách thành công. Hãy tưởng tượng bạn đọc một cuốn sách mấy trang đầu rất hấp dẫn, nhưng càng về sau càng nhàm, bạn còn muốn đọc tiếp không?

Vậy điều gì khiến người đọc phải lật trang liên tục và gật gù liên hồi?

“Kết mở” đan xen

Nếu “thuyết trình” là bạn “trình” bày ý tưởng một cách “thuyết” phục, thì mỗi cuốn sách có thể coi là khóa học gồm rất nhiều bài thuyết trình. Trong đó, cái đích cuối cùng là người đọc hiểu những

gì bạn đang hiểu, làm được những gì bạn đã làm, và đạt kết quả mà họ mong muốn.

Bí quyết để cả cuốn sách hấp dẫn là bạn không chỉ cần làm cho từng phần thật hay như một bài thuyết trình lôi cuốn, mà còn phải đan xen giữa chúng là những lời dẫn kích thích sự tò mò mà tôi gọi là những cái "kết mở". Tức là những cái kết tóm lại phần trước và gợi mở ra phần sau một cách thú vị.

Ở chương 7 bước xây, bạn sẽ hiểu rõ hơn, và nắm rõ từng bước chi tiết để có thể bắt tay vào viết ngay cuốn sách của bạn.

Phần C - "Kết sách" 5 sao

Khi độc giả đã tới phần kết, điều đó chứng tỏ họ rất yêu quý bạn và tri thức của bạn. Nếu bạn đảm bảo cấu trúc tam đoạn, thì độc giả sẽ hiểu tại sao hầu hết mọi người thất bại, các yếu tố cần thiết để thành công là gì, cũng như từng bước hành động rõ ràng.

Tuy nhiên, với khối lượng kiến thức lớn như thế, bộ não khó có thể dung nạp trong thời gian ngắn. Vì vậy, bạn cần có một phần tổng kết lại những ý quan trọng. Cách tổng kết như thế nào?

C.1 - Tổng kết dễ nhớ

Nếu bạn coi mỗi chương là một bài thuyết trình và áp dụng bí quyết T.N.T trong sách TNT: Bí Quyết Thuyết Trình Từ Nhà Vô Địch, thì mỗi ý quan trọng của bạn đều được "neo" vào tâm trí độc giả bằng một minh họa ấn tượng nào đó.

Lúc này, bạn chỉ cần nhắc lại những cái neo bạn đã dùng. Ngay lập tức, các bóng đèn nơ-ron thần kinh trong bộ não bừng sáng, giúp độc giả nhớ lại và nhìn thấy bức tranh toàn cảnh những gì cần

làm.

Tuy nhiên con người là vậy, hầu hết mọi người đều không làm những gì mà họ biết rằng mình nên làm, do vậy bạn cần thêm một bí mật tiếp theo.

C.2 - Hành động làm ngay

Bí mật là sau khi học xong điều gì đó mới mẻ mà bạn hành động ngay, dù là nhỏ thôi để áp dụng, thì không chỉ khả năng ghi nhớ tăng lên gấp đôi, mà tỉ lệ thành công sẽ tăng lên gấp ba.

Hành động bạn gợi ý cho độc giả càng đơn giản, càng dễ dàng thực hiện càng tốt. Một khi biến thành thói quen hàng ngày, độc giả sẽ mãi nhớ tới cuốn sách của bạn, và sẽ dần dần áp dụng hết.

C.3 - Lời chia tay cảm hứng

Hành trình nào rồi cũng tới hồi kết, sách nào rồi cũng đến lúc gập lại, và độc giả sẽ bắt đầu cuộc sống mới của họ. Trong cuộc sống đó có dấu ấn của bạn hay không, phụ thuộc rất nhiều vào phần này, hãy viết một lời chia tay đầy cảm hứng.

Nhiều tác giả 5 sao ở phần này thường kể một câu chuyện của bản thân, sau đó nói về một viễn cảnh tương lai, nơi độc giả áp dụng thành công các bí quyết trong sách, đặc biệt là hành động làm ngay. Điều này không chỉ tạo động lực, mà còn để lại ấn tượng sâu sắc cho độc giả.

C.4 - Quà tặng kết nối

Nếu bạn muốn xây dựng một cộng đồng độc giả mạnh mẽ, sẽ ủng hộ cho những cuốn sách mới của bạn, thì đừng quên tặng họ món quà kết nối. Chi tiết hơn, hẹn gặp bạn phần 9 Chìa Khóa.

Cấu trúc tiêu chuẩn sách 5 sao

Vậy là bạn đã hiểu rõ một cuốn sách 5 sao thường có những gì rồi, giờ là lúc kết nối tất cả lại thành một tấm bản đồ. Ở chương sau, bạn bắt đầu khám phá chi tiết từng bước mà nếu làm theo, bạn sẽ thấy sách của mình hoàn tất lúc nào không hay đấy!

Để luôn đi đúng đường, tốt nhất là bạn hãy viết lại "bản đồ" dưới đây ra một tờ giấy mới, để có thể thuận tiện theo dõi trong quá trình đọc sách, cũng như áp dụng cho sách của bạn.

A - MỞ SÁCH

A.1 - Bìa sách ấn tượng

A.2 - Mục lục tò mò

A.3 - Mở đầu khác biệt

B - THÂN SÁCH

B.1 - Nguyên nhân thất bại.

Kết mở, dẫn sang B.2

B.2 - Yếu tố thành công

Kết mở, dẫn sang B.3

B.3 - Bản đồ hành động

Kết mở, dẫn sang phần kết

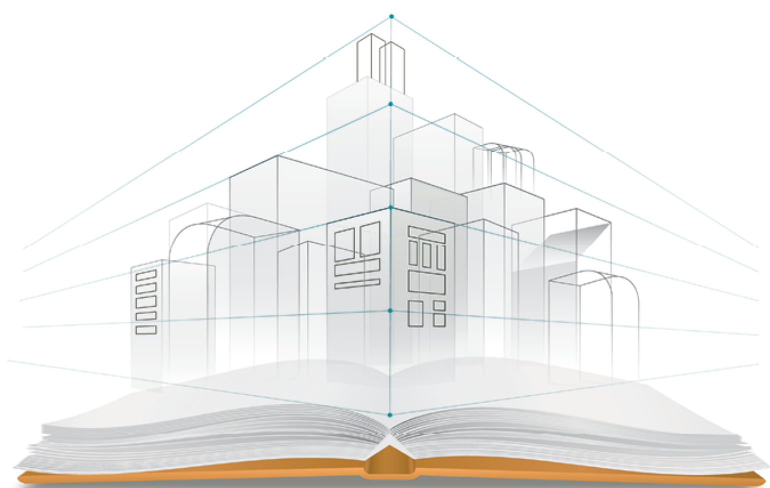
C - KẾT SÁCH

C.1 - Tổng kết dễ nhớ

C.2 - Hành động làm ngay

C.3 - Lời chia tay cảm hứng

C.4 - Quà tặng kết nối



7 bước “xây” sách thành công

7 Bước “Xây”

Sách Thành Công

Đã bao giờ bạn rất hào hứng làm gì đó, nhưng chỉ được một thời gian rồi lại thôi chưa?

Hầu hết các “tác giả tiềm năng” khi có ý tưởng, họ bắt tay vào viết với nguồn động lực tràn trề. Điều đó cũng tốt, chỉ có một vấn đề là tới một lúc nào đó khi nguồn cảm hứng cạn kiệt, họ bế tắc.

Đây là một điều ít biết:

Cảm hứng có thể giúp con chữ tuôn trào, nhưng cho phép mình phụ thuộc vào cảm hứng lại là một rào cản lớn cho sự ra đời cuốn sách của bạn.

Ở ngôi sao số 5 bạn đã biết để viết sách hiệu quả, bạn cần phát huy hết tiềm năng toàn não bộ. Bạn cần viết có cảm xúc lẫn viết có cấu trúc. Bạn cần sử dụng những con chữ từ tâm của mình để lấp đầy một cấu trúc chắc chắn nào đó.

Để làm được điều này, bạn cần nắm được nguyên lý hoạt động của bộ não, cũng như cách thức kích hoạt sức mạnh của nó. 7 bước nhỏ mà có võ trong chương này, sẽ giúp bạn làm điều ấy.

Hãy áp dụng theo đúng chỉ dẫn, và bạn sẽ thấy cuốn sách của mình “được xây” đúng tiến độ, với chất lượng trên cả mong đợi!


BƯỚC XÂY

Bước #1 - Mô tả hấp dẫn

#1

Mô Tả Hấp Dẫn

Hãy hình dung, sau khi viết xong cuốn sách tâm huyết của mình, bạn vui sướng gửi bản thảo tới hơn 10 nhà xuất bản (NXB) có tiếng, và chờ đợi.

Một tháng trôi qua, không có NXB nào trả lời. Ba tháng sau, bạn nhận được hồi âm:

"Sách của bạn rất tốt, nhưng chúng tôi rất tiếc…"

Bạn đọc tới đó mà nghĩ NXB này có mắt mà không thấy thái dương, còn các NXB kia có thể đã mù rồi. Lần này, bạn phải ra tay trực tiếp thôi. Thông qua một số mối quan hệ, bạn cầm bản thảo trên tay, bước vào văn phòng của một công ty phát hành (CTPH).

Sau một hồi trà nước đàm đạo, anh giám đốc hỏi. "Vậy cuốn sách của bạn nói về cái gì?"

"Nó hay lắm," bạn trả lời. "Anh hãy cứ đọc hết đi, rồi anh sẽ thấy."

"Tôi biết đó là cả tâm huyết của bạn. Song nếu tóm lại trong 3 câu, thì sách của bạn có gì khác biệt?"

Bạn ú ớ không biết trả lời ra sao. Cũng may, anh giám đốc rất nhiệt tình. Anh đã giải thích cho bạn rằng nếu không thể mô tả cuốn sách của bạn trong ba câu, chứng tỏ bạn chỉ nghĩ về bạn và cuốn sách của bạn, chứ chưa thực sự quan tâm tới các NXB, thậm

chí là người đọc. Vì sao ư?

Vì ngày nay ai cũng bận rộn!

Theo số liệu của Cục Xuất Bản, mỗi năm Việt Nam có hơn 30.000 đầu sách. Với tổng hơn 60 NXB hiện tại, trung bình mỗi NXB sẽ cấp phép cho hơn 500 đầu sách. Nghe có vẻ không lớn, nhưng đó chỉ là số sách được cấp phép. Còn số bản thảo thực tế mà các NXB tiếp nhận để xét duyệt, tôi tin rằng có thể sẽ lớn gấp 10 lần số đó!

Do vậy nếu bản thảo của bạn không tạo được sự khác biệt trong hàng ngàn bản thảo khác, sẽ khó mà lọt vào mắt xanh của họ. Còn nếu bạn nhận được lời từ chối của họ sớm thì hãy cảm thấy may mắn, vì thực tế là họ có thể bận rộn tới mức vài tháng sau mới từ chối bạn, và sự chờ đợi của bạn là vô ích.

Đó là ở Việt Nam, còn trong thời đại ai cũng có thể Google này, thì sách của bạn sẽ còn phải "cạnh tranh" với cả thế giới. Theo số liệu của UNESCO, mỗi năm có hơn 2,2 triệu cuốn sách được xuất bản, đó là chưa kể tới hàng chục triệu bài viết cập nhật mỗi ngày. Nếu sách của bạn không tạo được sự khác biệt, thì làm sao có thể "ngoi" lên trong "đại dương" thông tin đó để đến được bến bờ tâm trí độc giả?

Đó chính là lý do bạn cần 3 dòng mô tả hấp dẫn cho cuốn sách của mình. Chúng như 3 động cơ, giúp cuốn sách của bạn có thể lướt qua những cơn sóng thông tin, từ NXB cho tới tay độc giả, và cả bạn bè của họ.

(1) Khi một NXB hay một CTPH hỏi về sách và bị ấn tượng bởi 3 dòng giới thiệu ngắn ngọn mà khơi gợi trí tò mò, chắc chắn họ sẽ quan tâm tới chi tiết.

(2) Khi một nhà sách hay một đơn vị bán lẻ được tiếp cận sách của bạn và ấn tượng bởi 3 dòng mô tả về sách, họ có thể sẽ quyết định nhập bán số lượng lớn.

(3) Khi người đọc lướt qua cuốn sách của bạn trên kệ với vô vàn những cuốn sách khác và thấy 3 dòng mô tả rất hấp dẫn, tỉ lệ mua chắc chắn sẽ cao hơn.

(4) Khi độc giả đọc xong mà cảm thấy thích thú, họ sẽ giới thiệu với bạn bè họ một cách dễ dàng như thế nào? Chính là 3 dòng mô tả về sách!

Và một lý do quan trọng nhất: Khi ai đó hỏi sách bạn nói về điều gì, chứng tỏ họ đã có một mối quan tâm nhất định. Nếu như bạn không mô tả được cuốn sách của mình bằng 3 dòng khiến họ hứng thú, thì liệu cuốn sách có thể hấp dẫn được những người lần đầu nhìn thấy nó hay không?

Hơn nữa, 3 dòng mô tả này cũng chính là kim chỉ nam trong quá trình viết sách, giúp bạn tránh lan man, và cuốn sách cũng sẽ được hoàn thiện nhanh chóng.

3 yếu tố mô tả hấp dẫn

Yếu tố #1: Khái niệm mới lạ

Nếu để ý, bạn sẽ thấy các tác giả 5 sao luôn là người tiên phong đưa ra các khái niệm, hay lý thuyết mới mẻ.

Tim Ferriss đã đưa ngay khái niệm "Nhóm người giàu thế hệ mới" trên cuốn sách nổi tiếng: Tuần Làm Việc 4 Giờ.

Tony Buzan đã tạo ra khái niệm "Sơ đồ tư duy" và viết rất nhiều sách bán chạy, khiến nó trở thành một hiện tượng trên thế giới.

John Gray đã tạo ra khái niệm mới, cũng là tên cuốn sách bán chạy của ông: Đàn Ông Sao Hỏa, Đàn Bà Sao Kim.

T Harv Eker đã tạo ra khái niệm "Chiến thắng trò chơi tài chính trong tâm trí" với cuốn sách nổi tiếng Tư Duy Triệu Phú của ông.

Bản thân trong các sách tôi viết cũng học hỏi tuyệt chiêu này của các tác giả 5 sao, và đưa ra nhiều khái niệm mới lạ.

Nhiều người nghĩ muốn thay đổi bản thân thì phải rất quyết tâm, nhưng nếu bạn mở sách Thay Thói Quen Đổi Cuộc Đời, bạn sẽ biết cách chinh phục bản thân mà không phụ thuộc vào động lực.

Nếu đọc bộ sách Numagician, bạn sẽ được biết tới khái niệm "Con số ảo thuật" và "móc treo trí nhớ", sẽ giúp bạn ghi nhớ chính xác như chụp ảnh ra sao.

Nếu mở sách 21 Cách Học Tiếng Anh Du Kích ngay phần đầu, bạn sẽ thấy khái niệm "tiếng bố đẻ", và "cách học tiếng Anh du kích".

Nếu đọc sách TNT - Bí Quyết Thuyết Trình Từ Nhà Vô Địch, bạn sẽ biết một loạt khái niệm như "TNT trong mở bài", "TNT trong thân bài", "TNT trong kết bài", "TNT trong kể chuyện", v.v...

Ngay trên bìa cuốn sách này, bạn cũng đã được gặp nhiều khái niệm mới lạ phải không?

Nào là "Sách 5 Sao", "Tác giả Full-time", chúng sẽ dần được bật mí ở các chương sau, v.v…

Săn lùng những điều mới lạ là bản năng sơ khai của loài người. Bạn càng sử dụng khái niệm mới trong dòng mô tả, bạn càng kích thích sự tò mò của độc giả. Điều này cũng khiến bạn có động lực viết cả một cuốn sách dày để giải thích khái niệm đó.

Tuy nhiên, bạn cần lưu ý:

Những thứ lạ mắt lạ tai có thể gây sự chú ý ban đầu, còn để duy trì được sự chú ý ấy một cách bền vững, bạn cần phải có yếu tố tiếp theo.

Yếu tố #2: Lợi ích liên quan

Có lẽ trừ những bậc thánh nhân tu ẩn trên núi, thì sống trên đời ai cũng kiếm tìm một thứ gì đó, một lợi ích nào đó cho riêng mình. Nếu không là danh vọng, tiền bạc, thì cũng là tình yêu, các mối quan hệ, hoặc đơn giản là một tri thức giúp họ tự do thanh thản.

Động lực ấy khiến người ta chu du tới những vùng đất lạ, trải nghiệm những thứ mới mẻ. Nếu không tìm được thứ mình cần, họ sẵn sàng bước tiếp. Để thu hút độc giả, bạn cần phải tạo ra sự liên kết giữa khái niệm mới đó với những lợi ích mà họ quan tâm.

Nếu Brian Tracy không làm điều này trên bìa sách, người ta sẽ không mua sách "Ăn Con Ếch" của ông nhiều đến thế. Họ sẽ tưởng Brian Tracy hướng dẫn cách ăn ếch thật. Thực tế là trên sách đã có tiêu đề phụ: "Để hiệu quả trong công việc."

Nếu Tim Feriss không chú thích "Tuần làm việc 4 giờ thay vì 48 giờ, và gia nhập nhóm người giàu mới", thì có thể độc giả sẽ hiểu rằng ông kể chuyện mình lười biếng ra sao khi làm việc 4 giờ một tuần.

Bạn biết cuốn Đắc Nhân Tâm chứ? Nếu google tựa sách gốc bằng tiếng Anh, bạn sẽ thấy tác giả mô tả lợi ích rất rõ ràng kèm theo khái niệm mới: Cách để "chiến thắng" trong tình bạn, và tạo ảnh hưởng tới mọi người.

Trên sách Đánh Thức Con Người Phi Thường Trong Bạn, Anthony Robbin cũng nói rõ: Làm sao để ngay lập tức điều khiển trạng thái tinh thần, cảm xúc, và thể chất để làm chủ vận mệnh tài chính.

Trong sách TNT, nếu tôi không chú thích "Bí quyết thuyết trình từ nhà vô địch", có lẽ NXB sẽ từ chối không cấp phép vì tưởng tôi chia sẻ kinh nghiệm gì đó liên quan tới việc làm thuốc nổ.

Yếu tố #3: Con số cụ thể

Theo thống kê của Google vào tháng 8 năm 2010, thế giới có hơn 129,9 triệu cuốn sách. Nếu trung bình mỗi tác giả viết một cuốn, thì làm phép tính với khoảng 7,8 tỷ người trên trái đất, bạn sẽ thấy khi xuất bản thành công, bạn lọt top 1,6% dân số cực kỳ hiếm hoi. Thật là đáng tự hào phải không?

Bạn thấy sao khi đọc thông tin trên? Nếu bạn cảm thấy hứng thú, thì đó là do sức mạnh của những con số cụ thể. Đó là một trong

những yếu tố làm nên sự hấp dẫn của bất cứ thông tin nào. Do vậy, bạn đừng quên các con số cụ thể trong mô tả sách của bạn.

Trong cuốn Ăn Con Ếch, tựa tiếng Anh, Brian Tracy ghi rõ : 21 cách để chia tay trì hoãn và làm được nhiều thứ hơn trong thời gian ngắn hơn.

Ngay trên bìa cuốn sách này, bạn sẽ thấy tôi có một cam kết là giúp bạn xuất bản sách thành công trong… 9 tháng 10 ngày. Đó là sự thật, nếu bạn làm đúng theo chỉ dẫn!

Giờ tới lượt bạn, hãy viết xuống 3 dòng mô tả cuốn sách của bạn với lưu ý dưới đây.

Ở lần viết đầu tiên này, bạn chưa cần chăm chút câu từ sao cho hấp dẫn. Điều quan trọng là chúng phản ánh đúng bản chất cuốn sách của bạn. Bạn có thể sử dụng các câu hỏi gợi ý dưới đây:

Sách của bạn sẽ giúp ích gì cho độc giả?

Họ sẽ đạt được mục tiêu nào sau khi đọc?

Độc giả sẽ đạt được mục tiêu nhanh hơn thế nào?

Độc giả sẽ tiết kiệm được những nguồn lực nào?

Sách giải quyết một vấn đề nào đó nhức nhối?

Sách giải thích một hiện tượng nào đó thú vị?

Điểm khác biệt của các bí quyết trong sách

là gì?

Giả sử bạn đã viết xuống những dòng mô tả cơ bản về cuốn sách của bạn, vậy làm sao để chúng trở nên hay ho hấp dẫn hơn nữa?

Có một bí mật nhỏ cho bạn.

Bộ não học hỏi rất nhanh thông qua việc bắt chước. Khi nắm được 3 nguyên lý "Mới lạ - Lợi ích - Con số" bên trên, cộng với việc nhìn ví dụ trong thực tế, bạn sẽ thấy mình có thêm rất nhiều ý tưởng thú vị.

Để giúp các dòng mô tả bạn viết ra hấp dẫn hơn gấp ba lần, bạn hãy thực hiện việc sau đây.

Bạn hãy ra hiệu sách, hoặc lên các trang bán sách Online, tìm tới chuyên mục sách bán chạy (ở lãnh vực bạn quan tâm). Thường thì họ sẽ cho bạn đọc thử, hãy "soi" thật kỹ tất cả những gì có trên bìa trước, bìa sau, mục lục, cũng như phần lời mở đầu.

Hãy xem các tác giả ấy đã áp dụng các yếu tố nào để mô tả hấp dẫn cho cuốn sách: Khái niệm mới lạ, lợi ích liên quan, hay con số cụ thể?

Sau khi đọc xong khoảng 100 bìa sách bán chạy, bạn hãy viết lại các dòng mô tả sách của bạn, và đảm bảo chúng có một khái niệm mới nào đó, một con số cụ thể nào đó, đặc biệt là phải gắn liền với lợi ích mang lại cho độc giả.

Nếu bạn thực hiện đúng như thế, tôi đảm bảo là bạn sẽ không chỉ có thêm cảm hứng, mà còn bắt đầu hình dung được cuốn sách của mình sẽ như thế nào. Chưa kể là các bước tiếp theo sẽ suôn sẻ hơn gấp bội. Vì sao ư?

Vì bạn đang làm một việc mà hầu hết những người viết sách mãi chưa xong đã không làm:

Bắt đầu từ kết quả cuối cùng.

Hãy đơn giản là hình dung tới cảnh bạn cầm sách trong tay. Trông nó sẽ như thế nào, trên đó sẽ có ít nhất 3 dòng mô tả nào hấp dẫn?

Bạn có thể hình dung 3 dòng mô tả này giống ba ốc đảo mà bạn cần phải ghé thăm trên sa mạc ý tưởng của mình, từ đó bạn sẽ được tiếp thêm nhiên liệu để hoàn thành tuyệt tác để đời của mình.

Tất nhiên, một tuyệt tác để đời như vậy mà không có một cái tên ấn tượng thì quả là thiếu sót lớn phải không. Hãy cùng sang bước xây tiếp theo!


BƯỚC XÂY

Bước #2 - Tên sách ấn tượng

#2

Tên Sách Ấn Tượng

Giống như một thương hiệu, tên sách rất quan trọng và cũng thường là thứ khó nghĩ nhất. Theo kinh nghiệm “ăn ếch” của Brian Tracy, một khi bạn đã hoàn thành việc khó, khi bạn đã xử lý được con ếch to, lũ ếch nhỏ còn lại chỉ là chuyện nhỏ!

Tin vui là nếu bạn đã có các dòng mô tả hấp dẫn về sách thì việc tìm tên sách không khó. Đôi khi chính một dòng mô tả hấp dẫn nào đó, lại có thể trở thành tên sách, còn những dòng kia sẽ trở thành tiêu đề phụ, mô tả cụ thể hơn về lợi ích cuốn sách.

Thông thường sẽ có 3 phong cách đặt tên sách:

Phong cách #1: Tên mang tính hình tượng

“Tắt đèn” xong rồi làm gì?

Thật là một cái tên đầy kích thích, gợi mở ra cả một chân trời mới (trong bóng tối), đã làm nên thương hiệu của nhà văn Ngô Tất Tố.

Harry Potter là ai?

Một cái tên khi đọc lên, có thể sẽ chẳng ai biết là ai, nhưng khi đã đọc bộ truyện này của của J. K Rowling, bạn sẽ phải thốt lên, “Thật tuyệt vời!”

Những cái tên ngắn gọn, mang tính hình tượng, gây tò mò, thường dùng cho sách truyện, tiểu thuyết. Tuy nhiên, cũng có những cuốn sách học lại được tác giả đặt tên theo lối hình tượng để cuốn hút độc giả, kèm theo tiêu đề phụ để làm rõ lợi ích.

Thế Giới Phẳng của Thomas Friedman. The World is Flat: a brief history of the twenty-first century, tóm lược lịch sử của thế kỷ 21; Điểm Bùng Phát của Malcolm Gladwell - Tipping Point: How little things can make a big difference, làm sao thứ nhỏ bé có thể tạo ra sự khác biệt lớn.

Tôi đã học hỏi cách đặt tên này cho cuốn sách đầu tay Numagician. Đó là một khái niệm mới khi tôi kết hợp giữa Number (con số) và Magician (ảo thuật gia), tạm dịch là "Những con số ảo thuật" (đôi khi còn gọi vui là "những con số ảo thật")

Phong cách #2: Tên mang tính lợi ích

Những Bước Đơn Giản Đến Ước Mơ, Steven K. Scott (Simple Steps to Impossible Dreams); Bí Mật Xây Dựng Cơ Nghiệp Bạc Tỷ, Adam Khoo (Secrets of Building Multi-Million Dollar Businesses).

Cách đặt tên sách này thường gắn liền với lợi ích mà độc giả nhận được. Ưu điểm của chúng là rõ ràng, còn điểm trừ là dễ bị chung chung, hoặc trùng với nhiều đầu sách khác. Nếu lựa chọn phong cách này, bạn có thể khắc phục bằng cách đưa thêm con số.

7 Thói Quen Của Bạn Trẻ Thành Đạt, Sean Covey (The 7 Habits of Highly Effective Teens); 21 Thói Quen Của Các Tỷ Phú Tự Thân, Brian Tracy (The 21 Success Secrets of Self-Made Millionaires).

Trong cuốn sách thứ hai, tôi đã sử dụng cách này. Vừa đưa ra một hình tượng hay một khái niệm gây tò mò, vừa làm nổi bật lợi ích của sách. Đó chính là cuốn 21 Cách Học Tiếng Anh Du Kích.

Phong cách #3: Tên mang tính khẩu hiệu

Đời Ngắn Đừng Ngủ Dài, Robin Sharma; Mình Là Cá, Việc Của Mình Là Bơi, Takeshi Furukawa

Đây là những tiêu đề sách mang tính khẩu hiệu, vần điệu, chứa đựng ý tưởng mới mẻ để kêu gọi hành động. Ưu điểm là dễ tạo ấn tượng, chỉ có điểm trừ là có thể bị dài dòng, không nổi bật được lợi ích.

Cách khắc phục là bạn có thể đưa thêm các từ khóa lợi ích vào, để vừa tạo ra cảm hứng, vừa giúp người đọc dễ dàng liên tưởng tới chủ đề cuốn sách, và những lợi ích mình sẽ đạt được.

Nghĩ Giàu Làm Giàu (Think and Grow Rich), Napoleon Hill đã nghĩ ra một cái tên rất đắt giá, vừa mang tính thông điệp, thúc đẩy hành động, vừa gắn liền với lợi ích rõ ràng (sự giàu có).

Đàn Ông Sao Hỏa, Đàn Bà Sao Kim (Men Are from Mars, Women Are from Venus). John Gray khiến bạn liên tưởng tới sách viết về mối quan hệ nam nữ.

Bạn có thể tìm thấy phong cách đặt tên này trong cuốn sách thứ ba của tôi:Thay Thói Quen, Đổi Cuộc Đời. Vừa là một khẩu hiệu vần điệu, vừa làm nổi bật lợi ích cuốn sách mang lại là giúp tạo dựng thói quen, thay đổi bản thân bền vững.

Tên sách của bạn là gì?

Một em bé dù chưa chào đời, nhưng người ta đã có thể suy nghĩ về một cái tên dễ thương rồi. Tương tự, việc đặt tên cho sách của bạn không chỉ tạo ra một mục tiêu rõ ràng để kích hoạt bộ não, mà còn giúp bạn có sẵn những khách hàng tiềm năng đầu tiên.

Hãy hình dung nếu có ai đó hỏi bạn dạo này đang làm gì, thì thay vì trả lời chung chung “Tôi đang viết sách”, bạn trả lời rằng “Tôi đang viết cuốn TNT: Bí Quyết Thuyết Trình Từ Nhà Vô Địch”, chắc

chắn họ sẽ cảm thấy tò mò và hứng thú hơn, và biết đâu sẽ trở thành độc giả đầu tiên của bạn.

Hãy dành ít phút để suy ngẫm và chọn cho cuốn sách của bạn một cái tên. Tuyệt vời nhất là bạn kết hợp cả ba phong cách trên: Một cái tên vừa có tính hình tượng, vừa nổi bật được lợi ích, vừa là một thông điệp ý nghĩa nào đó.

Tất nhiên, bạn đừng lo lắng hay cầu toàn quá. Bởi bạn có thể thay đổi tên sách, hoặc mô tả về sách ở các bước sau. Mục đích ở đây là tạo ra mục tiêu rõ ràng cho não bộ: Hoàn thành một cuốn sách có tên thế này, với các mô tả chi tiết thế kia.

Mẹo nhỏ là sau đó bạn có thể tự thiết kế, hoặc nhờ người thiết kế bìa sách, rồi bạn in màu thật đẹp và dán ở góc làm việc. Tôi đã làm như vậy với nhiều cuốn sách đã xuất bản của mình. Mẹo nhỏ này sẽ truyền cảm hứng mỗi ngày để bạn hoàn thiện cuốn sách nhanh chóng hơn.


BƯỚC XÂY

Bước #3 - “Lời chia tay” sâu sắc.

#3

“Lời Chia Tay” Sâu Sắc.

Có thể bạn đang tự hỏi tại sao chưa viết lời mở đầu, mà tôi đã khuyên bạn viết lời chia tay độc giả, mà lại còn là lời chia tay sâu sắc nữa chứ?

Bạn đọc không nhầm đâu.

Đây là một cách viết độc đáo mà tôi học hỏi từ các nhà vô địch thuyết trình quốc tế. Ủa? Thuyết trình có liên quan tới viết sách ư?

Đúng vậy.

Suy cho cùng, một cuốn sách hay cũng không khác một bài thuyết trình cuốn hút là mấy. Nếu có thì cũng chỉ là về độ dài. Và các nhà vô địch thường bắt đầu từ phần kết. Ý tôi là khi lúc họ soạn bài, chứ không phải lên sân khấu và nói ra phần kết.

Phần này chính là chương cuối trong sách, nơi bạn tóm lại những gì mà độc giả nhận được, những điều cốt lõi nhất của cuốn sách.

Nếu “xây” thành công, nó sẽ trở thành một ngọn hải đăng tuyệt vời, giúp con thuyền ý tưởng của bạn tiến phăng phăng về đích, giúp các con chữ của bạn tuôn ra ào ào mà vẫn có trọng tâm. Tin tôi đi. Khi viết sách mà bạn viết xong chương tổng kết, là coi như bạn đã xong một nửa công việc rồi.

Dưới đây là ba câu hỏi giúp bạn chuẩn bị nguyên liệu cho phần kết sách hiệu quả.

4 Yếu tố kết sách 5 sao

Yếu tố #1 - Tổng kết dễ nhớ

Người ta thường nhớ những gì xuất hiện đầu tiên và những gì đọng lại cuối cùng. Đó là lý do trước khi chia tay độc giả, bạn cần tóm lại cả cuốn sách, mà bản chất là làm rõ 3 dòng mô tả sách mà bạn đã có ở phần trước, kèm theo nhắc lại những minh họa ấn tượng mà bạn đã sử dụng.

Tất nhiên nếu bạn chưa viết chi tiết các phần trước và chưa biết mình đã sử dụng minh họa nào, thì bạn có thể để trống, và chỉ cần viết rõ các thông điệp là được. Đây cũng là cách để kích thích bộ não của bạn suy nghĩ về chúng trong quá trình viết.

Đặc biệt, nếu bạn viết sách theo cấu trúc tam đoạn, thì tới đây bạn chỉ cần làm một việc vô cùng đơn giản là nhắc lại tương tự như sau:

“Khi đọc tới đây, bạn đã biết hầu hết mọi người thất bại, là do…

(Nhắc lại các nguyên nhân thất bại)

Còn những người thành công, họ biết điều gì đó mà người thất bại chưa biết…

(Nhắc lại các yếu tố thành công)

Từ đó bạn cũng đã biết từng bước…

(Nhắc lại các bước hành động)

Trong đó bước quan trọng nhất là…

(Nhấn mạnh bước quan trọng nhất).”

Yếu tố #2 - Gợi ý hành động ngay

Một cuốn sách là bao nhiêu năm tích lũy kinh nghiệm của bạn, nên rất hiếm độc giả có thể hiểu và áp dụng hết mọi thứ ngay tức khắc. Do vậy, bạn cần phải đưa ra một gợi ý hành động cụ thể, một việc gì đó đơn giản dễ làm, nhưng lại giúp độc giả áp dụng được bước quan trọng nhất mà bạn đã nêu ở phần tổng kết dễ nhớ bên trên.

Nhiều người thường sợ độc giả quên hết những điều thú vị họ đã nói, nên ở đoạn này họ rất để lại rất nhiều gợi ý hành động. Điều này sẽ chỉ càng làm độc giả bối rối không biết nên làm gì tiếp theo. Hãy yên tâm là khi độc giả áp dụng thành công một điều gì đó bạn gợi ý, chắc chắn họ sẽ nhớ tới bạn, và họ sẽ có đà để tiếp tục áp dụng nhiều hơn, và ngày càng hiểu sâu hơn những gì bạn nói trong sách.

Yếu tố #3 - Lời chia tay cảm hứng

Thông thường tới gần cuối sách, hầu hết các tác giả sẽ viết một vài lời cảm ơn hay động viên chung chung nào đó. Còn tác giả 5 sao thì khác, họ biết sức mạnh của câu chuyện, và họ tận dụng nó từ đầu sách cho tới cuối sách.

Ở đoạn này, bạn có thể kể một câu chuyện theo cấu trúc "Trước đây, Sau đấy..." để một lần nữa cho độc giả thấy rằng trước đây bạn giống họ ra sao, và sau đấy bạn đã đạt thành tựu thú vị như thế nào, cùng với thông điệp: Tôi làm được, bạn cũng có thể.

Yếu tố #4 - Quà tặng kết nối

Cuối cùng, đừng quên một món quà để kết nối và xây dựng cộng đồng độc giả của bạn. Tất nhiên, món quà này cần phải liên quan tới cuốn sách, thậm chí bổ sung thêm cho những phần còn thiếu trong sách thì mới hấp dẫn được độc giả.

Chẳng hạn nếu quét mã QR cuối sách Numagician - Đánh Thức Phù Thủy Trí Nhớ Trong Bạn, thì quà tặng bạn nhận được là một khóa học giúp áp dụng kiến thức trong sách để ghi nhớ dãy 1000 số Pi.

Cuối sách 21 Cách Học Tiếng Anh Du Kích, vì là sách song ngữ nên tôi tặng độc giả Audiobook giọng đọc bản xứ giúp họ vừa luyện nghe, vừa ôn lại kiến thức trong sách. Quả là một công đôi việc!

Cuối sách Thay Thói Quen Đổi Cuộc Đời là khóa học 7 Ngày Chinh Phục Bản Thân Không Cần Động Lực, nơi tôi cập nhật cho độc giả những kiến thức mới nhất về việc xây dựng thói quen.

Cuối sách TNT: Bí Quyết Thuyết Trình Từ Nhà Vô Địch, tôi tặng độc giả 52 mẹo thuyết trình hay từ Craig Valentine do tôi biên dịch và được sự chấp thuận chính thức từ nhà vô địch diễn thuyết thế giới này.

Còn cuối cuốn sách này là gì?

Bạn hãy đọc tới cuối để nhận nhé!


BƯỚC XÂY

Bước #4 - “Lời mở đầu” hứa hẹn.

#4

“Lời mở đầu” hứa hẹn.

Bạn thấy gì bên dưới?

1 2 3 4 5 6 7 9

Hầu hết mọi người khi được hỏi câu này, đều lập tức trả lời thiếu số 8, mà rất ít người nói đây là dãy 8 số. Tôi đã hỏi bạn thấy gì, chứ đâu phải là thiếu số nào?

Bộ não rất nhanh nhạy, và nó thích điền vào chỗ trống. Sau khi viết xong phần lời chia tay mà bạn viết tiếp phần lời mở đầu, bạn sẽ tạo ra một khoảng trống khổng lồ, còn bự hơn khoảng trống để điền số 8 bên trên gấp nhiều lần. Từ đó bộ não thiên tài của bạn sẽ được kích hoạt.

Hãy hình dung mỗi cuốn sách cũng giống như một cuộc trò chuyện giữa bạn và độc giả. Lúc này, bìa sách là phần chào hỏi dạo đầu, mà nếu bạn đã tạo ấn tượng tốt thì họ sẽ muốn tìm hiểu thêm. Mục lục giống như đôi nét về bản thân, giúp họ biết rằng bạn rất đáng để trò chuyện. Tuy vậy vẫn chưa đủ, mối quan hệ lúc này có bền chặt hay không, độc giả có quyết định tham gia hành trình của bạn hay không, còn phụ thuộc rất nhiều vào phần lời mở đầu này.

Đây là nơi bạn nói rõ cho độc giả biết chính xác họ sẽ nhận được gì từ cuốn sách, cũng như họ cần chuẩn bị những gì để sử dụng cuốn sách một cách hiệu quả nhất.

Hãy mở một vài cuốn sách bạn yêu thích, và đọc lại phần lời mở đầu. Hãy đọc kỹ để có thể "khai quật" cấu trúc ẩn dưới những lời văn câu chữ mà tác giả đã sử dụng, đảm bảo bạn sẽ học hỏi được rất nhiều điều đấy.

Dưới đây là những thành phần không thể thiếu trong lời mở đầu của một cuốn sách 5 sao.

Thành phần #1 - Kết nối với độc giả

Nhiều tác giả sử dụng phần lời mở đầu như một lời chào và giới thiệu bản thân khá chung chung, thậm chí "tự nâng mình lên" bằng cách khoe khoang thành tích. Còn với tác giả 5 sao, thì mục tiêu quan trọng nhất ở phần này là bạn kết nối ngay với độc giả.

Họ kết nối ngay với khó khăn của độc giả.

Họ kết nối ngay với mong muốn của độc giả.

Nếu có giới thiệu bản thân, thì họ cũng giới thiệu một cách khéo léo, và cho thấy xuất phát điểm của mình tương đồng với độc giả như thế nào.

Do vậy hãy nhớ nếu giới thiệu bản thân, bạn hãy bám sát cấu trúc "Trước đây, Sau đấy."

Bạn cho độc giả thấy được sự khác biệt giữa bạn trước đây và bạn sau này. Trước đây bạn gặp khó khăn giống độc giả thế nào? Sau đấy bạn đạt được kết quả mà họ mong muốn ra sao?

Khoảng trống càng lớn, độc giả sẽ càng hào hứng muốn biết điều gì diễn ra trong đó. Điều quan trọng nhất là bạn hãy trung thực, và tập trung tới những điều liên quan tới chủ đề cuốn sách, liên quan tới lợi ích mà độc giả quan tâm.

Chẳng hạn, thực ra thì tôi cũng có khá nhiều thành tích đáng tự hào:

Từng đỗ đại học với điểm số khá cao, 28/30.

Từng nhớ 1000 số Pi chính xác tới cả số thứ tự.

Trở thành một Trainer khi vẫn còn là sinh viên.

Tuy vậy, những thành tích này không có liên quan gì tới viết sách. Đó là lý do nếu bạn đọc lại phần mở đầu của cuốn sách này, bạn sẽ thấy tôi chỉ tập trung vào thành tích độc đáo của mình, là từng tốt nghiệp tiểu học trung bình vì 4 điểm môn Văn, nhưng sau đó lại có thể xuất bản mỗi năm một cuốn sách.

Thành phần #2 - Hành trình khám phá

Nhiều tác giả nhân danh tạo dựng sự tin tưởng, họ khoe khoang những thành tích của mình mà không biết rằng càng làm vậy, họ càng tạo ra một khoảng cách lớn giữa mình và độc giả.

Nếu bạn muốn kết nối mạnh mẽ với độc giả, thì bạn đừng ngại ngần chia sẻ bạn đã mất bao nhiêu thời gian, tiền bạc, thậm chí những trải nghiệm đau đớn để rút ra bài học xương máu trong cuốn sách.

Khi hiểu được điều đó, độc giả sẽ càng trân trọng và chắc chắn sẽ nâng niu cuốn sách của bạn trên giá. Để viết tốt phần này, bạn hãy trả lời câu hỏi sau:

Lưu ý: Đừng ngại chia sẻ bạn đã học hỏi từ đâu, độc giả sẽ càng ngưỡng mộ tinh thần học hỏi của bạn.

Thành phần #3 - Lời cam kết lớn

Đây là phần bạn vẽ ra một viễn cảnh tương lai tươi sáng cho độc giả của bạn. Đó là một lời hứa, một lời cam kết về kết quả nhận được sau khi họ đọc sách và áp dụng chính xác những gì bạn chia sẻ.

Nếu như bạn cần một tấm bản đồ để viết sách, thì độc giả cũng cần một tấm bản đồ để đọc sách bạn viết. Ở phần này bạn có thể nói rõ từng chương sẽ giúp độc giả chi tiết như thế nào thì càng tốt.

Thành phần #4 - Lưu ý khi đọc sách

Với tôi thì mỗi cuốn sách là một cuộc trò chuyện, nên tôi hay lưu ý độc giả hãy đọc từ đầu tới cuối ở lượt đầu tiên. Còn những lượt tiếp theo họ có thể đọc theo kiểu tra cứu, đọc kỹ những phần họ chưa hiểu rõ, hoặc thực thực sự quan tâm.

Có thể sách của bạn có gì đó khác biệt với các sách khác, thì hãy lưu ý độc giả trước khi đọc. Thậm chí hướng dẫn cho họ cách đọc sao cho hiệu quả.

▪

Nếu như bạn đã viết xong phần lời mở đầu như trên, cũng như phần kết đúng theo chỉ dẫn trước đó. Tôi đảm bảo rằng bộ não thiên tài của bạn bắt đầu điền vào chỗ trống. Các ý tưởng về phần thân sách bắt đầu nở rộ để giúp bạn đưa người đọc từ đầu sách tới cuối sách!

Tuy nhiên kinh nghiệm là nếu bạn bắt tay vào viết ngay, bạn có thể sẽ gặp tình trạng bí ý tưởng giữa chừng. Vì thế, bạn cần làm

một việc quan trọng ở bước tiếp theo.

Bước #5 - Mô tả từng chương



#5

Mô tả từng chương

Nếu đọc một cuốn sách 5 sao thực thụ, bạn sẽ nhận ra một điều rằng các tác giả viết không chỉ truyền cảm hứng mà còn có một yếu tố khác không thể thiếu. Đó là sách rất dễ đọc, dễ hiểu, và dễ áp dụng.

Bí quyết của họ là gì?

Đó là họ không bao giờ viết sách để khoe kiến thức, mà họ viết để giúp người đọc hiểu được những thứ họ đang hiểu, và làm được những thứ họ đang làm (thậm chí tốt hơn). Họ luôn đặt mình vào vị trí của độc giả, và độc giả sẽ đặt sách của họ vào trái tim!

Hãy nhớ, không phải ai cũng trải qua những thứ giống bạn, không phải ai cũng được rèn luyện với thời gian tương tự như bạn. Vì vậy độc giả cần phải có từng bước để nắm bắt kiến thức của bạn một cách hiệu quả, bao gồm cả những thứ mà bạn nghĩ rằng đối với mình nó quá đơn giản.

Đó là lý do mà bạn cần phải "xây sách", bạn cần phải thiết kế cuốn sách một cách tỉ mỉ để bất cứ ai, dù đã có kinh nghiệm hay chưa cũng đều có thể dễ dàng nắm bắt và áp dụng. Giống như một căn nhà cần có bản thiết kế tỉ mỉ, một cuốn sách cũng vậy. Bạn không chỉ cần mục lục, mà còn phải mô tả được chi tiết từng chương từng phần sẽ ra sao.

Hai dạng mục lục

Khi viết văn ở phổ thông, có thể bạn đã được học lập một dàn bài duy nhất, rồi sau đó bắt tay vào viết. Còn khi viết sách, một điều ít biết là bạn cần phải có ít nhất hai mục lục.

(1) Mục lục cho bạn

Đây là mục lục nội bộ mà chỉ mình bạn biết. Nhìn vào đó, bạn sẽ mường tượng ra được hình hài cuốn sách, cũng như biết chính xác mình định viết những gì ở phần nào.

(2) Mục lục cho độc giả

Đây là mục lục đã hoàn thiện với những câu chữ bay bổng, khơi gợi sự tò mò của người đọc. Mục lục này bạn có thể hoàn thiện sau này, trong quá trình viết sách ở bước 6, hoặc hoàn thiện sách ở bước 7.

Cấu trúc mục lục 5 sao

Tôi đã từng thấy nhiều dạng mục lục sáng tạo. Có tác giả sử dụng cấu trúc A-Z, tức là mỗi chương bắt đầu bằng một chữ cái, cho tới khi hết sách. Có tác giả sử dụng dạng 101, thậm chí 1001 mẹo, tức là cứ liệt kê mọi mẹo mình biết và đánh số thứ tự từ một đến hết, chẳng theo một logic nào cả.

Những cách đó rất sáng tạo, dễ viết và có thể thu hút một đối tượng độc giả nhất định. Tuy nhiên, mục lục kiểu đó chỉ giúp độc giả biết được trang nào có gì. Còn mục lục 5 sao thì khác, dù có thể hiện bằng bao nhiêu chương, bao nhiêu phần, thì chúng đều cần đảm bảo 3 yếu tố:

(1) Kích thích sự tò mò của độc giả.

(2) Giúp độc giả dễ theo dõi, dễ áp dụng.

(3) Giúp bạn dễ viết, viết có định hướng.

Đó là lý do tôi thích cấu trúc mục lục theo tam đoạn với mục đích rõ ràng. Dạng mục lục này đặc biệt phù hợp với dòng sách học, giúp độc giả từng bước làm chủ một kỹ năng nào đó. Bạn còn nhớ cấu trúc này chứ?

Phần I: Bạn chỉ ra các nguyên nhân thất bại, các sai lầm phổ biến (mà ít biết). Bạn chia sẻ câu chuyện cảm hứng, hành trình tìm ra bí quyết hoặc viết ra cuốn sách của bạn.

Phần II: Bạn nói về các yếu tố quan trọng cần phải có để đạt được thành công. Phần này có thể chia ra làm rất nhiều phần nhỏ hơn.

Phần III: Dựa trên các yếu tố then chốt của phần trước, bạn đưa cho người đọc một tấm bản đồ từng bước để chinh phục mục tiêu của họ.

Rất nhiều cuốn sách 5 sao, cũng như các cuốn sách của tôi, dù mục lục dành cho độc giả có thể lên tới 5 chương, 7 chương, 21 chương, v.v… nhưng thật ra mục lục gốc ban đầu cũng đều tuân theo cấu trúc tam đoạn này.

Ngay cả mục lục cuốn sách này, bạn sẽ thấy “1 lời chào...” và “3 lý do” thuộc về phần I, “5 yếu tố” thuộc về phần II, và “7 bước xây” và “9 chìa khóa” thuộc về phần III.

Để triển khai mục lục chi tiết hơn cho mỗi phần, bạn có thể áp dụng một phương pháp tôi gọi là 1.3.5.7.9. Nó không chỉ giúp bạn kích thích sự sáng tạo, mà còn giúp độc giả dễ đọc dễ theo dõi. Đặc biệt là có thể áp dụng cho bất cứ loại sách học nào, bất cứ chủ đề nào. Thật tuyệt phải không?

1.3.5.7.9 là gì?

(1) Câu chuyện cảm hứng, hay lý do mạnh mẽ nào đó khiến bạn thay vì đi chơi, lại ngồi viết cuốn sách cho độc giả, hoặc cũng có thể là lời cam kết lớn về kết quả nhận được sau khi độc giả hoàn tất cuốn sách.

(3) Đó là 3 nguyên nhân hàng đầu, hay 3 sai lầm ít biết khiến hầu hết mọi người thất bại khi thực hiện một mục tiêu nào đó mà cuốn sách của bạn sẽ giúp độc giả chinh phục.

(5) Đó là 5 yếu tố để đạt được thành công, hay 5 nguyên tắc, 5 nguyên lý cần phải tuân theo nếu bạn muốn tránh thất bại và chinh phục được mục tiêu nhanh hơn, hiệu quả hơn.

(7) Đó là 7 bước hành động, là tấm bản đồ giúp độc giả bắt tay vào thực hiện mục tiêu sau khi đã được bạn truyền cảm hứng, đã hiểu những nguyên lý để thành công mà bạn chia sẻ.

(9) Đó là 9 lưu ý, 9 thói quen nhỏ, hay 9 mẹo độc đáo nào đó để độc giả có thể áp dụng hằng ngày để nâng cao thực lực, giúp họ thực hiện 7 bước trên dễ dàng hơn, hoặc có sự chuẩn bị tốt hơn cho kế hoạch lớn hơn tiếp theo.

Dựa vào gợi ý trên, hãy bắt tay vào xây dựng ngay mục lục cuốn sách của bạn. Dù nó thế nào, dù bao nhiêu chương thì hãy đảm bảo đầy đủ các yếu tố của tam đoạn.

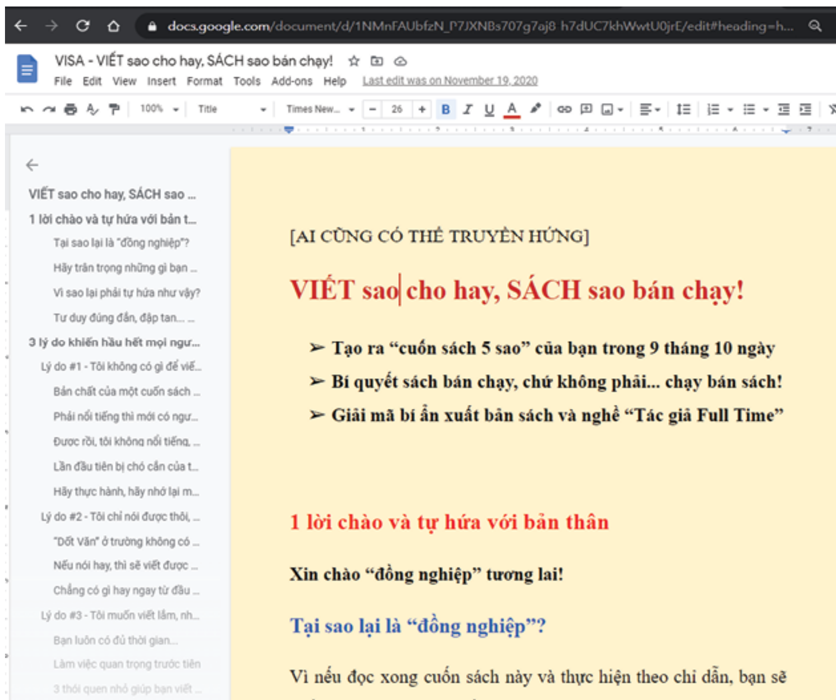
Nhanh nhất là bạn hãy thử áp dụng tuyệt chiêu 1.3.5.7.9 để kích hoạt bộ não và có được mục lục trong thời gian ngắn nhất có thể. Sau đó bạn có thể chỉnh sửa trong quá trình viết.

Lưu ý: 1.3.5.7.9 chỉ là gợi ý giúp bạn kích thích ý tưởng. Thực tế sau khi viết xong và hoàn thiện sách, bạn có thể có 1.3.5.7, 1.3.6, 1.2.4.8, v.v... tất cả phụ thuộc vào kiến thức thực tế của bạn. Tuy nhiên, cá nhân tôi thấy đưa được về 1.3.5.7.9 vẫn là dễ nhớ, dễ viết, và dễ đọc nhất.

Mẹo hay xài ngay: Google Docs

Dù bạn dùng phần mềm hay ứng dụng nào để viết lách, hãy đảm bảo nó có tính năng Outline. Tức là khi bạn thiết lập một dòng nào đó trở thành tiêu đề (Heading), ứng dụng đó sẽ tự động tạo ra một bản đồ góc trái để bạn theo dõi mục lục.

Cá nhân tôi khi viết bản thảo đều sử dụng Google Docs rất thông minh, hoàn toàn miễn phí, và có thể sử dụng đồng bộ trên mọi thiết bị. Điều đó có nghĩa là bạn có thể viết sách ở mọi nơi, trên laptop, trên máy tính bảng, thậm chí ghi âm bằng di động và Google sẽ tự động gõ lại giúp bạn.



Khi viết bản thảo sách, tôi đã thiết lập các tiêu đề cho từng phần từng chương, thậm chí từng ý nhỏ và Google Docs hiện chúng

ngay ở góc trái rất thuận tiện.Thói quen này sẽ giúp bạn vừa có cái nhìn tổng thể về cuốn sách, vừa giúp bạn di chuyển nhanh chóng trong quá trình viết lách.

Bởi vì có thể đôi khi bạn viết phần này mà bạn lại nảy ra ý tưởng cho phần khác, thì bạn có thể nhảy có ngay tới phần đó và ghi chú lại. Ngay sau đó bạn có thể quay trở lại phần đang viết dang dở nhanh chóng dễ dàng.

Mô tả từng chương

Tôi từng thực hiện một thăm dò trên Facebook cá nhân của mình về những khó khăn khi viết sách. Rất nhiều bạn đã để lại bình luận chia sẻ rằng họ gặp tình trạng viết được một lúc là bí ý tưởng.

Thật ra nguyên nhân rất đơn giản. Giống như đi rừng mà không có bản đồ hay la bàn, thì một lúc sau có thể bạn sẽ thốt lên vì mình đã quay lại chỗ cũ. Hầu hết mọi người viết theo cảm xúc nên khi cảm xúc hết, đương nhiên là ý tưởng sẽ cạn kiệt.

Để tránh tình trạng đó, bạn cần có một bộ câu hỏi định hướng, giúp bạn tạo ra mô tả chi tiết từng chương. Hãy chọn một chương sách bất kỳ trong mục lục của bạn, và thử trả lời các câu hỏi dưới đây. Bạn sẽ thấy ý tưởng dạt dào, và từng chương sách như hiện ra trước mắt vô cùng rõ ràng.

▪

Nếu bạn đọc từ đầu và thực hiện tới đây, cuốn sách của bạn giống như một Resort 5 sao đã được xây xong phần móng. Công việc tiếp theo là làm sao viết sách mỗi ngày, và hoàn thiện nó lúc nào không hay.

Hãy tiếp tục khám phá!


BƯỚC XÂY

Bước #6 - Viết "gối đầu"

#6

Viết "Gối Đầu"

Hầu hết mọi người đều bắt tay vào viết lách khi có cảm hứng. Tuy nhiên, cảm hứng không phải lúc nào cũng sẽ tới, nếu cho phép bản thân phụ thuộc hoàn toàn vào cảm hứng, thì khả năng cao là bạn sẽ được tham gia cộng đồng đông đảo những người "ước mơ viết sách, mà mãi chưa xong".

Bạn còn nhớ 3 lý do khiến mọi người không thể viết xong sách chứ? Ước mơ sẽ mãi chỉ là mơ ước, nếu bạn không hành động mỗi ngày.

Bí quyết để hoàn thiện bất cứ cuốn sách mơ ước nào của bạn, là tập thói quen:

Viết sách mỗi ngày, trước mọi việc khác!

Việc đầu tiên tôi làm khi mở Laptop ra vào buổi sáng, là dành 30 giây nhìn lại bản thảo đã viết ngày hôm qua. Thói quen này đã bám rễ rất sâu, giúp tôi phát triển thói quen viết lách ít nhất 30 phút mỗi ngày. Hệ quả là mỗi năm xuất bản một cuốn sách. Đặc biệt 2020 tôi xong tới tận ba bản thảo, còn 2021 tôi đã tự dịch xong 3 cuốn sách của mình sang tiếng Anh!

Nếu thời gian của bạn quý báu hơn cả tiền bạc, thì hãy luôn chi trả cho ước mơ của bạn đầu tiên. Nếu việc xuất bản sách thực sự là một việc quan trọng với bạn, thì đơn giản là hãy làm nó đầu tiên

trong ngày. Dù chỉ là 30 giây thôi cũng được!

Hãy hình dung bạn đã tập được thói quen mỗi ngày đều dành 30 giây cho ước mơ, dành 30 giây để mở bản thảo ra. Vậy sau đó thì sao?

Những lúc có cảm hứng thì dễ rồi, bạn cứ viết thôi. Nhưng những lúc còn lại thì sao? Có khi nào bạn rơi vào tình huống này không: Bạn ngồi vào bàn định viết, kể cả trong chương sách đã có những câu hỏi định hướng, nhưng không hiểu sao chữ nghĩa cứ chạy đâu mất hết.

Lúc này bạn cần một vài bí quyết đặc biệt, không chỉ giúp cho bản thảo của bạn ngày càng hay hơn, mà cũng sẽ giúp bạn duy trì cảm hứng ngày qua ngày để hoàn thiện cuốn sách của mình.

Kỹ thuật "Viết gối đầu"

Viết gối đầu là gì? Đơn giản là trước khi bắt tay vào viết phần tiếp theo, bạn hãy đọc lại phần trước đó, và viết lại nó một chút cho hay hơn.

Chẳng hạn bạn chuẩn bị viết chương 2, thì hãy đọc và viết lại một chút chương 1. Bạn chuẩn bị viết chương 3, thì hãy đọc và viết lại một chút chương 2. Bạn chuẩn bị viết chương 4, hãy đọc và viết lại một chút chương 3, v.v...

Giống như một cái gối êm ái giúp bạn có giấc ngủ ngon, cách viết gối đầu này giúp bạn "khởi động" bộ não để có đà viết tiếp.

Hơn nữa, việc thường xuyên xem đi xem lại, viết đi viết lại sẽ giúp từng trang sách của bạn ngày càng hoàn thiện, cũng như giúp các chương sách của bạn ngày càng gắn kết hơn, liền mạch hơn.

Cách “hack” trì hoãn

Tất nhiên là sẽ có những hôm bạn thực sự mệt mỏi, thì lúc đó cũng đừng cho phép mình ngắt quãng thói quen ngày nào cũng viết. Nếu không làm được việc khó, hãy cứ làm một vài việc nhỏ.

Lúc đó bạn có thể:

Đọc lại phần mô tả sách.

Đọc lại lời chia tay, lời mở đầu.

Đơn giản là “soi” lỗi chính tả chương gần nhất.

Thường trì hoãn chỉ xuất hiện trước khi bạn bắt đầu làm một thứ gì đó, chứ nó ít khi xuất hiện trong hoặc sau khi bạn làm thứ ấy. Do vậy, hãy cứ khởi đầu nhỏ, và bạn sẽ thấy mình tự nhiên tiến tới kết quả to.

Duy trì một tháng thói quen ngày nào cũng viết, viết gối đầu mỗi ngày một chút, tới một lúc bạn sẽ thấy việc viết sách chẳng khác nào đánh răng rửa mặt, cuốn sách sẽ hoàn tất lúc nào không hay.

Yếu tố kích hoạt

Bạn có một thói quen xấu nào đó khó bỏ không? Có thể bạn đã bỏ nó một thời gian, nhưng trong một khoảnh khắc nào đó, có thứ gì đó đã kích hoạt và nó đã quay trở lại?

Thực ra, thói quen xấu hay thói quen tốt thì cũng đều là thói quen, nó cũng cần các yếu tố kích hoạt để hình thành. Vậy bạn hãy nhớ lại xem điều gì sẽ khiến bạn có cảm hứng viết lách?

Với một số người thì họ cần một không gian thơ mộng, còn tôi thì đơn giản là một chút âm nhạc.

Khi viết một cuốn sách nào đó, bạn có thể bật một bản nhạc không lời nhất định, và chỉ sử dụng bản nhạc ấy cho cuốn sách đấy mà thôi. Khi bạn thực hiện đủ lâu, mỗi lần bắt tay vào viết sách chỉ cần bật nhạc là tự nhiên cảm hứng sẽ tuôn trào.

Thật ra 30 giây chỉ là khởi đầu giúp bạn tạo thói quen. Thực tế khi đã "có đà", 30 giây sẽ biến thành 30 phút, thậm chí 60, 120 phút viết lách. Và thường thì sau khoảng một tới ba tháng kiên trì áp dụng cách này, bạn sẽ xong bản thảo đầu tiên.

Đồng thời, nếu bạn sử dụng phương pháp "viết gối đầu", bạn sẽ cảm thấy nó khá hoàn thiện. Tuy nhiên, có một bí mật nhỏ. Đó là ngay sau khi viết xong, nguồn cảm hứng của bạn vẫn còn, thì việc bạn cảm thấy sách "hay" và "hoàn thiện" là tất yếu. Hãy tin tôi đi, rất khó có tác phẩm nào đó hay ngay từ đầu, nếu có thì hầu hết chỉ là cảm giác chủ quan mà thôi.

Nếu không tin bạn cứ thử gửi bản thảo đó cho một công ty phát hành để xin ý kiến, và tôi tin là có thể nó sẽ bị từ chối, hoặc nhận vô khối sự góp ý (cũng tốt nếu họ rảnh rang, còn thường là họ sẽ im lặng).

Đó là lý do tôi gọi đó là… bản thảo đầu tiên, và nếu muốn cuốn sách đạt chuẩn 5 sao, bạn cần phải viết đi viết lại nhiều lần nữa.

Có thể bạn tự hỏi, "Sao tôi đã viết nhiều lần gối đầu rồi, mà vẫn cần phải viết lại tiếp?"

Nguyên do là khi bạn viết gối đầu liên tục như vậy trong thời gian dài, bộ não có thể "thuộc lòng" từng câu chữ, và sẽ có xu hướng điền vào chỗ trống. Nó đọc lướt rất nhanh, khiến bạn dễ dàng bị sót một ý nào đó, hay một lỗi nào đó mà bạn đã bỏ qua. Vì thế, bạn cần một khoảng thời gian "tách rời".

Kỹ thuật "tách rời"

Đơn giản là bạn nghỉ ngơi một tuần, hoặc… bắt tay vào viết một

cuốn sách khác. Hãy cho phép bộ não của bạn được “tách rời” ra khỏi bản thảo mới hoàn thiện ít nhất một tuần, thậm chí một tháng. Lúc quay lại đọc, bạn sẽ phải ngạc nhiên vì phát hiện ra nhiều thứ mình có thể viết hay hơn, chưa kể bạn sẽ có thêm nhiều ý tưởng mới để cải thiện!

Nói chung, mỗi một lần viết lại sau khi “tách rời” như vậy, bạn sẽ thấy sách của bạn như được nâng lên một tầm cao mới.

Đó là lý do tôi viết đi viết lại sách của mình rất nhiều lần. Với sách học, tôi thường viết đi viết lại 7 lần trước khi xuất bản; Sách truyện thì nhiều hơn vì bạn sẽ rất ít khi muốn viết lại nó.

Một phần vì người ta thường chỉ mua sách truyện tiểu thuyết của bạn một lần, và nếu có đọc lại, họ sẽ rất ngạc nhiên khi phát hiện ra ở sách tái bản tự nhiên nhân vật lại thay đổi màu áo vì lý do hợp thời trang. Còn sách học, việc cập nhật kiến thức mới là chuyện hiển nhiên. Do đó, cuốn Bật Đèn tôi đã viết tới lần thứ 11 và xuất bản.

Mặc dù với phương pháp trong cuốn sách này bạn có thể xong bản thảo trong vòng một tới ba tháng, nhưng tôi vẫn nói bạn sẽ cần tới 9 tháng 10 ngày. Càng viết, bạn sẽ càng lên tay, tốc độ sẽ ngày càng nhanh, sách sẽ đảm bảo chất lượng 5 sao!

Tuy vậy, có nhiều người sau một thời gian “tách rời” mà thấy thế đã là quá hay rồi, không cần chỉnh sửa gì nữa. Nếu đọc chương sau, bạn sẽ phải suy nghĩ lại đấy, vì bạn sẽ được bật mí những bí mật giúp cuốn sách của bạn ngày càng hoàn thiện hơn theo chuẩn 5 sao!


BƯỚC XÂY

Bước #7 - Viết, viết nữa, đừng viết mãi!

#7

Viết, viết nữa,

đừng viết mãi...

Tất nhiên là càng viết đi viết lại nhiều lần, cuốn sách của bạn sẽ càng hoàn thiện, nhưng xin bạn đừng quá cầu toàn. Vì đôi khi quá cầu toàn, lại là cản trở cho quá trình xuất bản cuốn sách đầu tay.

Không có gì là hoàn hảo, mọi thứ sẽ hoàn thiện trên con đường bạn đi. Hãy yên tâm là sau khi xuất bản, bạn sẽ có ít nhất một năm "tách rời" để bán sách, nhận phản hồi từ độc giả, và chỉnh sửa cho lần tái bản tiếp theo.

Trong quá trình hoàn thiện, hãy áp dụng 4 tuyệt chiêu dưới đây, bạn sẽ không chỉ biết được khi nào thì một chương sách đã hoàn thiện, mà còn khiến độc giả phải "nuốt" từng chữ mà bạn viết ra.

Tuyệt chiêu #1

"Bạn, bạn và... bạn"

Craig Valentine, nhà vô địch diễn thuyết thế giới 1999 chia sẻ rằng: Chỉ cần bạn gửi cho ông bài nói của bạn ở dạng văn bản, và sau 30 giây là ông sẽ biết được nó cuốn hút tới mức độ nào. Đơn

giản là ông đếm số từ 'bạn' xuất hiện trong đó.

Nếu từ "bạn" xuất hiện ít hơn từ "tôi", có nghĩa là vị diễn giả đang tập trung nói về bản thân mình, chứ không hướng tới khán giả. Sử dụng từ "bạn" thật nhiều, là bí quyết đã giúp Craig và nhiều nhà diễn thuyết đạt chức vô địch thuyết trình thế giới.

Điều này cũng hoàn toàn đúng trong viết lách. Bạn càng sử dụng nhiều từ "bạn", thì cuốn sách của bạn càng trở nên thân thiện, gần gũi, và độc giả sẽ có cảm giác đó là cuộc trò chuyện thân mật.

Đây cũng chính là bí mật của nhiều tác giả 5 sao, cách viết của họ không khác nào nói chuyện trực tiếp với bạn. Do vậy trong khi đọc lại, hãy để ý bất cứ câu nào xuất hiện từ "tôi" và tìm cách chuyển nó sang bạn, hoặc ưu tiên đặt từ "bạn" ở vị trí hàng đầu.

Thay vì viết "trong chương này, tôi sẽ chia sẻ cho bạn bí quyết để khiến độc giả nuốt từng chữ", hãy viết "trong chương này, bạn sẽ được chia sẻ bí quyết để độc giả nuốt từng chữ". Làm vậy sẽ vừa ngắn gọn hơn, vừa hướng tới "bạn" nhiều hơn.

Thay vì viết "tới chương này, tôi đã cung cấp 7 bước quan trọng để hoàn tất một cuốn sách", hãy viết "tới chương này, bạn đã nắm được 7 bước quan trọng để hoàn tất của sách của bạn."

Thay vì viết: "Đây là những điều tôi đã làm, đầu tiên tôi làm thế này, sau đó tôi thế làm kia" bạn có thể viết: "Đây là những điều tôi đã làm, bạn có thể thử. Đầu tiên bạn thế này, sau đó bạn thế kia."

Hãy nhớ: Khi bạn cố gắng viết cho tất cả, thì thật ra bạn đang chẳng viết cho ai cả.

Thực tế là hầu hết độc giả của bạn đều đọc sách một mình, chứ ít ai đọc chung cả một nhóm. Do đó nếu bạn dùng từ "các bạn", "mọi người", v.v... họ sẽ nhìn quanh và tự hỏi, "Ủa, có mỗi mình ở đây, tác giả này đang nói chuyện với ai vậy?"

Do đó, bạn hãy chế tối đa các từ như "các", "các bạn", thậm chí cũng không cần phải quá khách sáo mà xưng "anh chị", "quý vị", "các bạn trẻ", v.v… những từ này chỉ càng làm cho cuốn sách của bạn thêm xa cách độc giả mà thôi.

Mẹo hay xài ngay: Bạn có thể dùng chức năng tìm kiếm của phần mềm soạn thảo, tìm tới tất cả các từ "tôi", "các bạn", "mọi người", v.v... để xem xét và chỉnh sửa nhanh hơn, chứ bạn không cần phải đọc từ đầu tới cuối để phát hiện ra chúng.

Tất nhiên, sẽ có tình huống mà việc thay "tôi" bằng "bạn" rất khó, như khi bạn đang kể một câu chuyện của bản thân chẳng hạn "Ngày hôm ấy, tôi đã thấy con heo màu đỏ", chả nhẽ lại thay bằng "Ngày hôm ấy, bạn đã thấy con heo màu đỏ"? Cảm giác sẽ không thật phải không nào?

Tuy thế, không có gì là không thể. Bạn chỉ cần khéo léo một chút và sửa thành "Ngày hôm ấy, nếu đứng cạnh tôi, bạn sẽ thấy con heo màu đỏ."

Khi làm như vậy, bạn sẽ khiến độc giả như đang chứng kiến câu chuyện đó cùng bạn. Nói chung, đừng bao giờ sử dụng "các bạn", mà hãy luôn thay "tôi" bằng "bạn" bất cứ khi nào bạn có thể. Và bạn sẽ kết nối mạnh mẽ gấp đôi với độc giả của mình!

Tuyệt chiêu #2

Tra dầu "lợi ích"

Một chiếc xe muốn chạy bền, nó cần phải được tra dầu thường xuyên. Nếu bộ não là động cơ, thì việc đọc sách ngấu nghiến sẽ tốn không ít năng lượng, dễ dẫn tới tình trạng "nóng máy". Do vậy, để độc giả có thể lật trang không mệt mỏi từ đầu tới cuối cuốn sách của bạn, bạn cũng cần phải "tra dầu" cho bộ não của họ thường xuyên.

Có một loại "dầu" đặc biệt, mà tôi gọi là dầu "lợi ích". Bộ não luôn tìm kiếm những thứ gì đó giúp ích cho chủ nhân của nó: Làm mọi thứ dễ dàng hơn, tiết kiệm thời gian, nguồn lực hơn, đạt chất lượng cao hơn, đạt được nhiều thứ hơn; v.v...

Nếu trong quá trình viết, bạn liên tục chỉ rõ những bí quyết của mình sẽ mang lại những lợi ích cụ thể như thế nào, đặc biệt giúp họ hình dung xem mình sẽ áp dụng vào cuộc sống ra sao, thì bạn đang tra dầu “lợi ích” cho bộ não của độc giả.

Tuyệt chiêu này không chỉ giữ sự hào hứng của độc giả qua từng trang sách, mà còn kích thích họ áp dụng trong thực tế để đem lại những kết quả mà bạn đã vẽ ra trong tâm trí họ. Hãy tra dầu “lợi ích” liên tục cho cuốn sách của bạn, đặc biệt là ở phần nối giữa các đoạn, và các phần “kết mở” giữa các phần, các chương.

Nếu chiến thuật “bạn, bạn, và bạn” giúp độc giả của bạn luôn có cảm giác cuốn sách của bạn là dành cho họ, nếu bí quyết “tra dầu lợi ích” giúp độc giả của bạn hình dung ra viễn cảnh áp dụng vào thực tiễn, thì chiến thuật sau đây sẽ khiến khán giả không thể rời mắt ra khỏi cuốn sách của bạn.

Bạn đã đọc tiếp tới đây à?

Vừa rồi tôi đã “tra dầu lợi ích” đấy, bạn thử đọc lại và nghĩ xem lợi ích là gì?

Tuyệt chiêu #3

Sử dụng “chiếu nghỉ”

Bạn đã bao giờ leo cả trăm bậc thang chưa?

Ở Việt Nam có rất nhiều ngôi chùa trên núi to và đẹp, và có thể bạn sẽ chóng mặt khi nhìn thấy cả ngàn bậc thang. Tuy vậy, dù có bao nhiêu bậc đi nữa các kiến trúc sư không bao giờ quên đặt những “chiếu nghỉ” xen kẽ. Đó là một khoảng sân rộng để bạn nghỉ ngơi, trò chuyện, uống nước, trước khi leo tiếp.

Việc đọc sách cũng có thể ví như việc leo lên đỉnh núi. Bộ não của độc giả phải leo qua hàng chục ngàn con chữ, để đến được đỉnh

núi tri thức của bạn. Điều gì sẽ xảy ra nếu không có "chiếu nghỉ"? Bạn cũng đoán được mà, phải không?

Khi độc giả mỏi mắt, họ tất nhiên sẽ phải rời mắt khỏi cuốn sách của bạn, và sau đó bị thu hút bởi ti tỉ những thứ khác, và bạn đã đánh mất họ. Vậy "chiếu nghỉ" cho bộ não khi đọc sách của bạn là gì?

Đó có thể là bất cứ thứ gì giúp mắt độc giả thư giãn sau khi leo qua những đoạn dài toàn chữ. Nó cũng góp phần tạo cảm giác cuốn sách tuy dày, tuy nhiều chương, nhiều phần nhưng lại sinh động và có cấu trúc rõ ràng.

Đó là tiêu đề lớn nhỏ

Đó là những danh sách:

Đó là những câu chuyện thú vị.

Đó là những hình ảnh minh họa.

Đó là những bài tập thực hành.

Đó là những phần tóm tắt.

Đó là những sơ đồ, mô hình.

Đó là dấu phẩy, dấu chấm.

Xuống dòng.

Thậm chí… đó là một khoảng trống như bạn thấy bên trên!

Một cuốn tiểu thuyết trăm trang chi chít chữ mà người ta vẫn đọc

từ đầu tới cuối, vì tác giả là "đạo diễn ngôn từ", họ tạo nên sự sinh động qua từng tình tiết. Còn sách học, không có nhân vật, không có tình tiết, rất khó để thu hút như sách truyện. Nếu bạn không có "chiếu nghỉ", thì các con chữ như ở trong một nhà tù chật ních, chen chúc không thể thở nổi.

Do đó, hãy nhớ:

Nút Enter là miễn phí!

Hãy đảm bảo trong cuốn sách 5 sao của bạn, mỗi phần từ nhỏ tới lớn, đều phải có "chiếu nghỉ". Và cũng hãy đảm bảo bạn linh hoạt sử dụng các loại "chiếu nghỉ" khác nhau.

Chẳng hạn, ý tưởng đầu tiên được bạn minh họa bằng câu một chuyện ngụ ngôn, ý tưởng thứ hai bạn dùng câu chuyện của bản thân, thì ý tưởng thứ ba bạn có thể dùng một trải nghiệm, hay một yêu cầu thực hành nào đó, thì sẽ tốt hơn là kể chuyện tiếp.

Cách này sẽ giúp cho các "chiếu nghỉ" trở nên hấp dẫn hơn, giúp bộ não của độc giả năng động hơn. Từ giờ khi đọc sách này (hoặc đọc lại), bạn hãy để ý xem tôi đã linh hoạt sử dụng nhiều các "chiếu nghỉ" khác nhau cho bộ não của bạn như thế nào nhé!

Tuyệt chiêu #4

Kiểm tra "Chuẩn TNT"

Nếu đã đọc sách TNT: Bí Quyết Thuyết Trình Từ Nhà Vô Địch, bạn sẽ hiểu rất rõ thế nào là "chuẩn T.N.T":

Thu HÚT ngay.

Neo THẬT chắc.

Tóm CHẶT lại.

Bí mật này còn có tên thân mật là “Hút Thật Chặt”.

Đó vừa là một công thức để đảm bảo mỗi ý tưởng bạn đều để lại ấn tượng sâu sắc trong trái tim độc giả, vừa là công cụ giúp bạn biết được đoạn đó, phần đó, chương đó đã đủ hoàn thiện hay chưa.

Không có gì là hoàn hảo, song luôn có thứ gì đó gần với hoàn hảo, và bạn chỉ cần... đạt tới mức đó là được. Tư duy TNT sẽ giúp bạn làm được điều ấy. Đơn giản là khi đọc bất cứ chương nào, phần nào, đoạn nào, hãy tự hỏi:

T - Thu hút ngay:

Chương này đã có gì thu HÚT?

Lực hút do thứ ấy tạo ra có đủ nhanh, đủ mạnh với độc giả hay chưa?

N - Neo thật chắc:

Ý tưởng đã được neo THẬT chắc bởi minh họa nào chưa?

Minh họa ấy có đủ ấn tượng không? Có gì sinh động và ấn tượng hơn nữa không?

T - Tóm chặt lại:

Mọi thứ bạn nói trong phần này đã được tóm CHẶT lại bằng câu nói nào dễ nhớ, hoặc một hành động nào dễ thực hiện chưa?

Khi mọi ý tưởng bạn đưa ra đều có thứ gì đó thu HÚT đủ nhanh để kéo sự chú ý của độc giả, rồi bạn neo THẬT chắc ý tưởng đó bằng một minh họa dễ hiểu, hoặc câu chuyện sâu sắc, và cuối cùng bạn tóm CHẶT bài học bằng một câu nói dễ nhớ, hoặc một hành động dễ làm, thì chắc chắn ý tưởng đó sẽ đi sâu vào tim độc giả, và ở lại luôn trong đó.

Hãy luôn nhớ kiểm tra xem mình đã đạt chuẩn TNT hay chưa. Tóm lại, phải… HÚT THẬT CHẶT!

3 mẹo hạn chế chính tả

•

Bạn có để ý dấu chấm ở trang trắng phía trước không? Tại sao cả tờ giấy to, trắng, và đẹp như thế, mà bạn vẫn để ý dấu chấm chỉ bé tẹo?

Đó là do một thói quen của não bộ, nó thích làm việc dễ trước, và việc nhìn ra sai lầm hay vết nhơ của ai đó thì không cần tới năng khiếu. Chắc chắn bạn sẽ không muốn nhận được những Review kiểu như, “Sách hay, mà có lỗi chính tả!”

Một cuốn sách hàng trăm trang, hàng chục ngàn chữ, thì việc dính vài lỗi chính tả cũng có thể thông cảm được. Tuy thế, nó sẽ làm mất đi sự chuyên nghiệp, hãy tưởng tượng một Resort 5 sao, tự nhiên có ai đổ một bãi rác trước cổng, hoặc vẽ bậy lên tường mà xem. Đó là lý do tuy không hoàn hảo, nhưng bạn cần hạn chế tối đa lỗi chính tả!

Mẹo #1 - Hạn chế lỗi cơ bản

Nếu bạn dùng Google Docs để viết và đặt ngôn ngữ là Tiếng Việt, thì Google sẽ tự động rà soát, giúp bạn sửa ngay một số lỗi cơ bản trong khi đang viết. Tuy nhiên, khi viết đi viết lại nhiều lần, thì sẽ có một lỗi rất hay gặp, đó là bị lặp từ, tức là một một từ xuất hiện hai lần (bạn có để ý trong câu vừa rồi có một chữ tôi cố ý cho lặp lại không?)

Mẹo #2 Xử lý lỗi lặp từ

Với sự hỗ trợ của công nghệ hiện đại thì việc xử lý lỗi này khá đơn giản.

Với Google Docs, bạn chỉ để ý Menu phần Edit, tìm Find and Replace (Tìm kiếm và Thay thế) của Google Docs, chọn Match using regular expressions và dán đoạn mã \b(\w+)\s+\1\b này vào là Google sẽ chỉ cho bạn biết chữ nào bị lặp.

Mẹo này cũng có thể dùng được trong các phần mềm dàn trang chuyên nghiệp như Adobe Indesign, khi tìm kiếm bạn chọn chế độ GREP và dán đoạn mã trên vào rồi cho phần mềm rà soát.

Khi làm vậy, bạn nên bấm Find Next để tới từng chỗ kiểm tra, vì đó có thể là một lỗi, hoặc cũng có thể đó là một từ luyến láy nào đó.

Mẹo #3 - Cách tốt nhất

Bên cạnh các lỗi đó, còn có thể có rất nhiều các lỗi khác mà chỉ bạn mới biết, như cách dùng từ, câu viết quá dài, đặt sai dấu câu, v.v… thì có một cách, là bạn in bản thảo ra giấy, nhờ ai đó (hoặc tự bạn) đọc to lên thành tiếng. Đọc hai lần, một lần từ trên xuống dưới, một lần đọc từng đoạn ngược từ cuối sách lên.

Sau nhiều lần thử, thì tôi thấy rằng cách in ra và đọc thành tiếng ngược xuôi đó là hiệu quả nhất. Ngoài ra, bạn hoàn toàn có thể kết hợp với việc đọc thành tiếng để rà lỗi chính tả với ghi âm lại tác phẩm của mình, để khi xuất bản sách là có ngay sách nói.

Bạn có thể coi đó là một món quà tặng độc giả mua sách, hoặc bán kèm theo sách để tăng giá trị. Ở chương sau tôi có nói về phần này chi tiết hơn.

Dù sao đi nữa, thì cũng không có gì là hoàn hảo. Bản thân cuốn tiểu thuyết Bật Đèn tôi đã làm đủ mọi thứ để soát chính tả, rồi phía NXB cũng rà chính tả, ấy thế mà khi xuất bản xong, cầm sách giấy trên tay, đọc vẫn còn thấy lỗi!!

Tất nhiên những lỗi khi ấy cũng khá là khó phát hiện khi đọc nhanh và bị câu chuyện lôi cuốn. Còn nếu đọc chậm, đọc thành tiếng từng chữ thì mới thấy, và chủ yếu là lỗi bị thừa chữ nào đó do quá trình viết đi viết lại nhiều lần.

Nếu phát hiện lỗi nào đó nhỏ mà có thể khiến độc giả hiểu sai, thì bạn có thể in thêm một tờ giấy hiệu đính kẹp trong sách, và lấy đó làm động lực tái bản lần tới và chỉnh sửa!

▪

Vậy là bạn đã nắm được từng bước rất cụ thể để tạo ra cuốn sách 5 sao rồi. Mọi công trình vĩ đại nhất đều phải có viên gạch đầu tiên. Tất cả những gì bạn cần làm là hành động. Chỉ hành động mới tạo ra kết quả!

Hãy hình dung, khi bạn viết sách xong, bạn cảm thấy rất tuyệt vời. Đứa con tinh thần sau bao tháng ngày nung nấu, cuối cùng cũng đã ra đời. Là bậc cha mẹ, ai mà không muốn con cái của mình thành công chứ? Bạn cũng không muốn cuốn sách của mình bị ế trên kệ (mặc dù nội dung rất hay), phải không nào?

Lúc ấy, bạn sẽ phải đối mặt với một vấn đề mà không tác giả nào có thể tránh khỏi: Làm sao để bán được sách?

Đừng lo lắng, ở ngay chương sau, bạn sẽ được bật mí 9 tuyệt chiêu để không chỉ tự xuất bản sách, mà còn bán sách thành công, tái bản hết lần này tới lần khác, và trở thành một “Tác giả Full-time”.

Nếu đã sẵn sàng, hãy lật trang để khám phá!

9 chìa khóa “tác giả Full-time”

9 Chìa Khóa

Tác Giả Full-Time



Thật ra, cuốn sách đầu tay Numagician viết năm 2015, không phải do tôi tự xuất bản hoàn toàn. Tôi rất biết ơn sự hỗ trợ của các anh chị ở công ty Smartskill cũ. Nhờ họ mà các khâu từ dàn trang, thiết

kế bìa, giấy phép, in ấn, cho tới ship và vác tận 3000 cuốn sách tới tận phòng làm việc của tôi, tất cả đều hoàn thành xuất sắc, chỉ trừ việc… bán sách!

Đúng dịp ấy, khi tôi chưa được tận hưởng niềm vui trở thành tác giả bao lâu, sách cũng chưa bán được bao nhiêu thì công ty cũ đã... giải thể. Mong bạn đừng hiểu lầm là vì dồn hết công lực để in sách cho tôi mà sập tiệm. Lý do là một vài vấn đề nội bộ và chuyển đổi mô hình, chứ sách của tôi vô tội!

Thế đấy, ước mơ trở thành tác giả mới hoàn thành, thì ông trời đã trao cho tôi mục tiêu to lớn tiếp theo: Tự bán hết cả ngàn cuốn sách, mới được chuyển tới... dưới gầm giường nhà bố mẹ!

Chưa kể là lúc đó, giống như hầu hết các tác giả trẻ "mới đẻ" bé sách đầu tiên, tôi vẫn còn phải đi làm kiếm sống, và nuôi dưỡng đam mê của mình. Tôi vẫn chỉ là một "tác giả Part-time" (tác giả bán thời gian). Làm sao để "giải phóng" cả tấn sách đó đây? Giờ tôi mới biết thêm: "Tri thức không chỉ là sức mạnh, mà tri thức còn là... sức nặng!"

Tua nhanh tới một năm sau, tôi đã "giải phóng" hết 3000 cuốn sách đầu tay trong sự vui mừng của bố mẹ (do cái giường đã không còn bị cộm nữa). Chưa hết, tôi còn tái bản và nắm được rõ từng bước A-Z để áp dụng cho những cuốn sách tiếp theo, và trở thành một tác giả Full-time không lâu sau đó.

Tác giả Full-time là khi đó, bạn tự do hoàn toàn, những cuốn sách không chỉ nuôi sống bạn, mà còn giúp bạn nuôi dưỡng tiếp những thế hệ sách tiếp theo. Bạn có thể dành toàn thời gian của mình cho việc đi du lịch, viết sách, và sống một cuộc đời tự do như bạn muốn.

Tất cả điều đó có được là do 9 chìa khóa ở chương này. Điều tuyệt vời là sau khi hoàn thành cuốn sách 5 sao của bạn, thậm chí ngay cả trong khi bạn đang viết nó, bạn hoàn toàn có thể áp dụng chúng để làm bệ phóng cho cuốn sách của bạn lúc cất cánh!



Chìa khóa #1 - Hiểu quy trình xuất bản

Chìa khóa #1

Hiểu Quy Trình Xuất Bản

Tại sao tự xuất bản sách?

Ngày xưa khi viết xong, thường tác giả sẽ gửi bản thảo tới một NXB nào đó với hi vọng tràn trề. Sau một thời gian khá lâu (có thể lên tới vài tháng), bạn sẽ nhận được phản hồi. Câu trả lời thường là: “Sách của bạn rất tốt, nhưng chúng tôi rất tiếc.”

Nói chung, sẽ không ai trân trọng tâm huyết của bạn, bằng chính bạn. Người ta sẽ chỉ thấy bề nổi của tảng băng, chứ đâu thể thấy được phần chìm là biết bao nhiêu tháng ngày bạn đã dày công viết sách?

Lý do #1

Bạn có thể tự xuất bản

Tại sao phải bỏ nhiều tháng chờ đợi người ta duyệt bản thảo (rồi thất vọng), trong khi bạn có thể tự xin giấy phép trong một tới hai tuần? Bạn có thể tận dụng vài ba tháng chờ đợi kia để tự học cách bán sách, và sau đó tận hưởng thành quả.

Tất nhiên là ngày nay, với sự xuất hiện của nhiều công ty phát

hành sách, thì việc hợp tác với họ để xuất bản sách cũng sẽ dễ dàng hơn. Tuy nhiên, những điều khoản của họ có thể phải khiến bạn nhăn mặt.

Chẳng hạn, khi tìm cách xuất bản cuốn sách thứ hai, tôi đã thử liên hệ với một công ty. Họ tỏ ra rất hứng thú với sách 21 Cách Học Tiếng Anh Du Kích của tôi, và muốn mua đứt bản quyền 5 năm. Tuy nhiên, khoản tiền họ trả nhỏ hơn rất rất rất nhiều so với tiềm năng thực sự của cuốn sách sau này.

Một số công ty có thể không mua đứt bản quyền, mà trả cho bạn 10% theo doanh số. Điều đó rất tốt nếu như bạn có nhiều đầu sách, và tất cả đều bán chạy. Chứ không thì cũng khó mà tự do tài chính và có thể dành toàn tâm toàn ý cho việc viết sách.

Lý do #2

Sách là của bạn

Nếu sách là một nhân viên tuyệt vời, giúp bạn hái ra tiền và nuôi dưỡng ước mơ tự do viết lách, thì tại sao sách của bạn "làm việc" hết sức, làm việc cật lực, mà 90% thành quả lại thuộc về người khác?

Trong khi đó, chỉ cần bạn khéo léo liên hệ với các nhà phân phối, các nhà sách và chiết khấu cho họ 40-50% là họ sẽ có thể tích cực bán sách cho bạn, và bạn sẽ tiến nhanh hơn tới ước mơ tác giả Full-time gấp 5 lần!

Song lý do quan trọng nhất mà tôi chọn tự xuất bản sách, không phải là vì có được nhiều tiền hơn, vì thực tế là tự bán sách không dễ. Nó cũng giống bạn khởi nghiệp thôi, sẽ có khá nhiều thứ cần học hỏi, cần lo toan, và nếu không khéo bạn cũng sẽ còn vất vả hơn cả hiện tại để duy trì.

Các công ty phát hành thường có sẵn quy trình và hệ thống bán sách, nên họ sẽ bán nhanh chóng hơn bạn, và 90% kia là để nuôi hệ thống đó. Thứ nữa, không phải nhà phân phối nào cũng mặn

mà với bạn nếu không có quen biết, chưa kể là thi thoảng bạn sẽ phải "đòi nợ" họ nữa đấy.

Lý do #3

Tiếp cận với độc giả

Một ưu điểm lớn của tự xuất bản và bán sách, bạn sẽ được tiếp cận trực tiếp với độc giả của mình. Bạn sẽ được biết ai là người mua sách, bạn sẽ có thông tin liên hệ của họ. Sự kết nối đó là tài sản quý giá nhất mà không tiền nào mua được.

Bạn giữ mối quan hệ tốt, bạn thường xuyên gửi quà tặng, bạn giải đáp băn khoăn cho độc giả và đón nhận những phản hồi về sách. Làm vậy, sách của bạn không chỉ ngày càng hay hơn, thực tiễn hơn, mà bạn sẽ ngày càng có nhiều độc giả trung thành, sẵn sàng ủng hộ bạn khi có ra sách mới.

Từ đó, bạn sẽ có cảm hứng để viết những cuốn sách tiếp theo, hoặc thậm chí xây dựng những khóa học, các chương trình huấn luyện xung quanh cuốn sách và trở thành một chuyên gia đào tạo.

Lý do #4

Vì tôi muốn giúp bạn

Cuối cùng, một lý do ẩn khiến tôi rằng biết rằng dù khó khăn, nhưng tôi vẫn muốn tự xuất bản sách và tự bán hết sách từ A-Z cho bằng được. Đó là nếu tôi làm được, thì chắc chắn tôi sẽ giúp được bạn, hay những người từng như tôi trước đây. Họ muốn viết sách, muốn xuất bản sách mà cứ loay hoay một chỗ không biết phải làm sao.

Thật vậy, nếu tôi đã hiểu và làm được, thì bạn hoàn toàn có thể

làm được. Mà thật ra, sau khi tự mày mò để tái bản sách cũ, rồi xuất bản tới cuốn sách thứ hai, là tôi đã thấy khá tự tin rồi. Quy trình tự xuất bản sách không phức tạp như bạn nghĩ đâu, vấn đề lớn nhất chỉ là làm sao bán được sách sau đó mà thôi.

3 thứ bạn cần để xuất bản

Về cơ bản, để xuất bản bất cứ một cuốn sách nào, thì đây là ba thứ bạn cần. Và tôi thấy ba thứ này cả chục năm nay vẫn không hề thay đổi.

(1) Bản thảo đã hoàn thiện của sách.

(2) Nhà xuất bản để cấp giấy phép.

(3) Một nhà in uy tín để in sách.

Về mặt bản thảo vì bạn chịu trách nhiệm 100% với nó, nên phụ thuộc vào bạn. Áp dụng 7 Bước Xây ở chương trước một cách triệt để, bạn có thể hoàn thành bản thảo đầu tiên trong vòng một tới ba tháng, và hoàn thiện nó trong 9 tháng 10 ngày.

Phần đáng chú ý là liên hệ nhà xuất bản, cũng như tìm nhà in chất lượng. Hai bước này thường được làm song song, vì trên giấy phép xuất bản cần có địa chỉ nhà in. Và khi liên hệ nhà xuất bản, kiểu gì họ cũng sẽ hỏi bạn định in sách ở đâu.

Nên chọn nhà xuất bản nào?

Thông thường để liên hệ nhà xuất bản, bạn có thể Google danh sách các nhà xuất bản ở Việt Nam, sau đó lên trang chủ của họ để lấy thông tin liên hệ, rồi gửi bản thảo qua Email. Cách đó sẽ lâu đấy, tốt nhất là bạn nên gọi điện thoại để trao đổi, hoặc in bản thảo ra và ship thẳng tới NXB.

Khi tái bản cuốn Numagician, lúc đó tôi đang du lịch ở thành phố biển Đà Nẵng. Trong lúc đi ngang qua đường 30/4 để tìm một căn hộ du lịch, thì tôi thấy có NXB Đà Nẵng to oành nằm đó. Thế là tôi ngang nhiên cầm cuốn Numagician đã in trước đây, bước vào làm việc trực tiếp với họ về việc tái bản nó.

Mọi thứ được giải quyết trong nháy mắt. Không chỉ thế, tôi còn tranh thủ hỏi được rất nhiều thông tin liên quan tới quy trình xuất bản. Do tín nhiệm cách thức làm việc nhanh chóng của NXB Đà Nẵng, nên sau này nhiều đầu sách khác của tôi cũng đều được cấp phép ở đây.

Cá nhân tôi thấy, nếu đã lựa chọn tự xuất bản sách, thì NXB nào không quan trọng, quan trọng là họ đảm bảo được thủ tục pháp lý cho cuốn sách của bạn là xong. Vì lúc này, việc bán được sách hay không, là do bạn tự chịu trách nhiệm.

Tất nhiên, nếu nhà xuất bản "có tên tuổi" thì khi bạn ký gửi sách của mình ở đâu đó, chắc sẽ "được lòng" hơn một chút. Tuy nhiên, đó cũng không phải quyết định.

Về chi phí thì tùy NXB, tùy số lượng in mà giá cả sẽ khác nhau. Theo cập nhật của tôi tới thời điểm viết cuốn này, khoảng 2-3 triệu đồng/cuốn với sách bán (có ghi giá bìa), thời gian khoảng 1-2 tuần. Sách biếu tặng thì chi phí thấp hơn, và thời gian cũng nhanh hơn tùy nơi.

Một lưu ý là phí này thường là chỉ phí cấp phép, chưa bao gồm dàn trang, thiết kế bìa. Một số NXB có thể giúp bạn dàn trang và thiết kế bìa luôn. Tuy nhiên, hai thứ này bạn có thể tự làm, hoặc thuê người làm để có thể theo được hoàn toàn ý bạn.

Hãy tìm nhà in trước!

Sau khi xuất bản xong cuốn sách thứ ba, tôi phát hiện ra một sự thật: Tìm nhà in trước sẽ giúp bạn tiết kiệm thời gian hơn rất nhiều. Tại sao?

(1) Nhà in tốt sẽ đảm bảo chất lượng cho sách của bạn, đây là một điều rất quan trọng.

(2) Liên hệ được NXB thì kiểu gì cũng cần địa chỉ nhà in ghi trên giấy phép.

(3) Các nhà in thường sẽ hỗ trợ bạn nhiệt tình, kể cả việc xin giấy phép xuất bản hộ bạn. Vì điều họ muốn nhất là gì? Là in được sách của bạn, và thường thì họ có mối quan hệ khá tốt với các NXB.

Do đó, nếu muốn tự xuất bản sách nhanh chóng, hãy tìm nhà in trước, và hỏi họ có hỗ trợ xin giấy phép không (thường là có), chi phí thế nào, v.v... và bạn sẽ vô cùng rảnh rang sau đó.

Để tìm được nhà in tốt, đơn giản là bạn ra nhà sách, lật trang cuối của 10 cuốn sách bạn thấy đẹp nhất và xem thông tin. Kiểu gì bạn cũng sẽ tìm thấy địa chỉ nhà in vì đây là quy định bắt buộc trong ngành xuất bản sách ở Việt Nam.

Sau đó, bạn hãy Google tên nhà in kèm địa chỉ là sẽ ra thông tin liên hệ. Mẹo nhỏ là bạn hãy tập hợp khoảng 10 nhà in, sau đó Email cho họ với một tiêu đề đơn giản "Muốn in 3000 sách, cần tư vấn gấp" và nội dung là thông tin liên hệ của bạn.

Con số 3000 là tượng trưng, mang tính "kích thích" nhà in liên hệ với bạn thật nhanh, còn sau đó in bao nhiêu tùy bạn. Cách này không chỉ giúp bạn đo lường được mức độ chu đáo của nhà in, mà bạn còn có thể được tư vấn hoàn toàn miễn phí về việc in sách bởi những nhà in đã có kinh nghiệm.

Khi được nhà in nào đó liên hệ, bạn có thể tranh thủ hỏi tất cả mọi thứ về in sách, và xin một bảng báo giá chi tiết. Thường thì ngoài tiền in ấn, sẽ còn có thêm phí dàn trang, thiết kế bìa sách, v.v... và có một vài thứ quan trọng bạn phải ra quyết định.

In số lượng bao nhiêu?

Tất nhiên là bạn in số lượng càng lớn thì giá sẽ càng thấp, và các

nhà in luôn muốn điều này. Chẳng hạn cùng sách 200 trang, nếu bạn in 1.000 cuốn thì giá có thể rơi vào 40k-60k/cuốn, nhưng in 3000 thì có thể chỉ còn 20k-40k/cuốn.

Tuy nhiên, không phải cứ rẻ là tốt!

Giả sử nhà in tư vấn cho bạn in 10.000 cuốn với giá ưu đãi là 15k/cuốn, quá rẻ! Bạn hấp tấp đầu tư 150 triệu, nếu bán giá bìa 100k, thì bạn sẽ thu về tận 10.000 x 100k là... 1 tỷ đồng, siêu lợi nhuận!!!

Nghe thì hay đấy, song mọi thứ sẽ chỉ tuyệt vời như bạn nghĩ nếu bạn bán hết cả 10.000 cuốn sách đó trong vòng một năm. Bạn càng để sách tồn kho lâu thì sẽ càng bất lợi. Vì sao?

(1) Tiền tệ mỗi năm đều mất giá, đó là lý do giá cả ngày càng leo thang. 100k của năm trước, chắc chắn sẽ có giá trị thấp hơn so với 100k của năm sau. Sách bạn lưu kho càng lâu thì càng "mất giá", vì sẽ khó mà thay đổi giá bìa đã in trên sách!

(2) Nếu bạn in 10.000 cuốn, và phát hiện ra có lỗi nào đó. Tin tôi đi, dù rà soát kỹ lưỡng tới mấy, kiểu gì cũng sẽ có vài lỗi nho nhỏ đã bị bỏ qua. Muốn sửa lúc này cũng khó, hoặc là bạn phải chờ tái bản, hoặc là tự sửa thủ công cả ngàn cuốn sách.

(3) Không phải nhà in nào cũng cam kết 100% chất lượng. Nên nếu được, bạn nên đến thăm nhà in xem máy móc nhà xưởng của họ thế nào. Nếu in lần đầu mà chưa chắc chắn, bạn chỉ nên in thử tối đa là 1000 cuốn, nếu chất lượng tốt thì những lần sau bạn có thể in nhiều hơn.

Tin tôi đi, tôi đã tìm tới một trong những nhà in to nhất ở Đà Nẵng và hấp tấp ký hợp đồng in 9.000 cuốn sách. Sau đó, cuốn nào cuốn nấy đều tăm tắp, đều có những cái lỗ như kiến đục ở gáy sách, trông rất mất thẩm mĩ. Được cái anh giám đốc bên đó nhiệt tình, đã đầu tư giàn máy mới và in lại lần hai cho tôi nhưng vẫn không đảm bảo chất lượng. Cuối cùng vì cũng thương họ, nên tôi đã mua lại giá gốc, rồi thuê người sửa thủ công từng cuốn và đem biếu tặng gần hết (chứ sách ấy đem bán tôi không cam tâm).

Sau ấy, tôi lại phải mất công đi tìm một nhà in khác ở tận thành

phố Hồ Chí Minh. Đó là bài học đau đớn tôi vẫn còn nhớ mãi tới tận bây giờ. Do vậy, bạn hãy cân nhắc 3 yếu tố sau để xác định số lượng in hợp lý:

(1) Độ "hót" của sách: Sách có thỏa mãn một nhu cầu, một xu hướng nào đó đang hót không?

(2) Sức bán của bạn: Dựa trên lượng độc giả sẵn có, số bạn bè Facebook, Fanpage của bạn, v.v...

(3) Tiềm lực tài chính: Số tiền cho việc in sách, và số tiền cho việc chạy quảng cáo, Marketing, v.v...

Với tôi thì 3000 là một con số an toàn, mức giá sách tương đối rẻ, và số lượng sách cũng vừa đủ, có thể chứa trong một căn phòng nhỏ 9m2. Trong 365 ngày, chỉ cần mỗi ngày bán chưa tới 10 cuốn là hết.

Còn nếu chưa chắc, bạn cứ thử in 500 hoặc 1000 cuốn trước. Tuy phí cao hơn, nhưng sách sẽ hết nhanh hơn, và bạn cũng sẽ thu thập được nhiều kinh nghiệm hơn sau mỗi lần in. Chưa kể là khi bạn tái bản nhiều lần (dù số lượng in ít) thì các nhà sách nhìn vào cũng sẽ cảm thấy nó tiềm năng hơn. "Wow, sách này đã từng tái bản! Tuyệt vời!"

Về vấn đề bản quyền thì sao?

Một lưu ý là NXB không cấp bản quyền mà chỉ là giấy phép xuất bản và giấp phép phát hành cho bạn. Muốn có giấy chứng nhận bản quyền, bạn phải đăng ký trực tiếp với Cục Sở Hữu Trí Tuệ.

Thật ra, khi bạn tự viết ra một cuốn sách 100%, thì nghiễm nhiên bản quyền thuộc về bạn. Tuy nhiên, bạn có được bảo vệ khi tranh chấp xảy ra hay không, thì phải đăng ký bản quyền. Do vậy, việc này là không bắt buộc, song bạn nên đăng ký sớm khi có điều kiện và coi đó như một giấy chứng nhận hợp pháp bạn là tác giả, gọi vui là "giấy khai sinh" cho sách.

Ngay sau khi in, hoặc thậm chí ngay khi xong bản thảo, bạn đã có thể tới Cục Sở Hữu Trí Tuệ để được hướng dẫn làm bản quyền. Nhanh nhất là bạn liên hệ một văn phòng luật sư, họ sẽ tư vấn và làm mọi thứ cho bạn nhanh chóng.

Mức phí bản quyền tùy nơi, giao động từ 2.5 - 5tr, với thời gian có thể kéo dài từ vài tháng cho tới cả năm, vì Cục Sở Hữu Trí Tuệ còn phải tiến hành so sánh, đối chiếu sách của bạn với nhiều sách khác để tránh tranh chấp xảy ra sau này.

Nếu bạn cần thông tin nhà in chất lượng, chỗ đăng ký bản quyền uy tín, thì bạn có thể nhắn tin cho tôi theo địa chỉ ở hòm kho báu cuối sách.

▪

Hãy tưởng tượng, cuối cùng thì cũng xong. Bạn đang cầm cuốn sách đầu tay tự xuất bản vẫn còn thơm mùi giấy mới. Tất nhiên là bạn sẽ muốn chia sẻ mùi hương tuyệt vời đó cho mọi người đúng không? Bạn sẽ làm gì để nhiều người biết tới nó?

Đăng lên Facebook ư? Cũng tốt, có thể bạn sẽ nhận được nhiều like và share. Tuy nhiên, Facebook như một cái chợ thông tin, nếu bạn không bỏ tiền quảng cáo, hoặc liên tục đăng bài để cạnh tranh, thì thông tin về cuốn sách của bạn sớm muộn cũng sẽ trôi mất.

Có một điều mà hầu hết các tác giả đã không làm, khiến cho việc tự bán cuốn sách đầu tiên của họ trở nên khó khăn hơn bao giờ hết. Một thứ mà thật ra họ có thể làm nó ngay từ khi chưa trở thành tác giả.

Chìa khóa #2

Danh Sách Độc Giả

Chìa khóa #2 - Danh sách độc giả



Sức mạnh của danh sách độc giả

Cuối 2015, sau khi công ty cũ giải thể, tôi chính thức thất nghiệp. Rồi đầu 2016, công ty của tôi cùng một chị đồng nghiệp cũ lập ra cũng giải thể tiếp. Khi ấy, gầm giường nhà bố mẹ vẫn còn cả ngàn cuốn sách Numagician, còn bản thân tôi thì có những gì?

May quá, tôi đã tập tành tạo Blog từ 2008 (tên hồi đó là MrLive) và sau đó đổi tên thành Fususu từ 2012. Cuối Blog luôn có chỗ cho bạn điền thông tin, và tôi đã có khoảng 2000 email. Tuy vậy, tôi

vẫn còn thiếu kinh nghiệm, tôi chưa biết làm gì với danh sách đó. Hành trình vừa du lịch vừa làm việc mới bắt đầu, mà đã phải kết thúc sớm vậy sao?

Nằm trên bãi cát trắng phau của Phú Quốc, tôi đọc ngấu nghiến một Ebook tên là Laptop Billionaire của Mark Anastasi tình cờ tìm thấy trên Amazon. Trong đó có một câu nói tôi rất tâm đắc:

Money is in the list!

Tạm dịch: Tiền ở trong danh sách. Sau đó tôi đã có một quyết định táo bạo. Tôi muốn thử xem điều đó có đúng hay là không. Đó là khoảnh khắc ra đời của ý tưởng Ebook và bộ 100 Clip vẽ số hình cho sách Numagician.

Tôi đã dành khoảng một tháng để hoàn thiện bộ sản phẩm này, vẫn còn nhớ như in cái lúc thức tới sáng để chỉnh sửa bài giới thiệu. Lúc đặt giá 599.000đ cho Link tải sản phẩm, kèm tặng sách giấy cho ai chuyển khoản, tôi nghĩ là khó mà có người mua. Vì Ebook lúc đó tràn lan trên mạng, có ai lại muốn bỏ tiền để nhận được một cái link download, còn sách giấy thì cả tuần sau mới được ship tới tay mình cơ chứ?

Tuy thế, tôi vẫn gửi thông báo cho danh sách 2000 người đó. Điều khiến tôi ngạc nhiên là ngay sau đó đã có người ủng hộ, và mang về cho tôi khoản doanh thu đầu đời, hơn 2 triệu đồng!

Con số tuy không lớn vì hồi đó kỹ năng “bán” của tôi vẫn còn “non tay”, nhưng bạn phải biết là trước đó tôi chưa bao giờ kiếm được 2 triệu trong một ngày mà tất cả những gì cần làm chỉ là bấm chuột rồi sau đó đi ngủ. Điều đó làm tôi có niềm tin mạnh mẽ rằng:

Danh sách là tài sản giá trị nhất!

Sau đó, tôi dốc toàn lực để cải tiến Blog, tôi viết nhiều bài hay hơn, hấp dẫn hơn với mục tiêu quan trọng nhất: Thu thập càng nhiều Email càng tốt. Tháng sau, doanh thu của tôi đã gấp đôi

tháng trước, và cứ thế tăng dần đều.

Tới thời điểm này, danh sách người để lại Email từ Blog của tôi đã cán mốc 100.000, một con số khá khiêm tốn. Tuy vậy, tỉ lệ mở Email thường xuyên từ 25%-30%, với nhiều độc giả vẫn còn theo dõi sau cả 10 năm trời. Một kết quả khá đáng nể so với mặt bằng chung của Email Marketing.

Nhờ có danh sách Email chất lượng, mà tôi có thể sống tự do và chăm lo cho ước mơ viết những cuốn sách tiếp theo của mình. Tất cả những gì tôi làm chỉ là viết Blog, gửi Email đều đặn mà không cần phải vất vả tạo kênh Youtube, hay quảng cáo Facebook.

Đầu 2020, khi xuất bản cuốn tiểu thuyết Bật Đèn, một lần nữa tôi lại hơi tự ti. Lý do là vì từ trước giờ tôi chuyên viết sách học, giờ lại ra sách truyện “nửa mùa” (tiểu thuyết kết hợp sách học) thì sẽ có ai mua cơ chứ? Chưa kể giá cũng khá cao (giá bìa tới 290.000đ), lại đúng dịp COVID-19, người người nhà nhà gặp khó khăn, ai lại có nhu cầu đọc truyện giải trí?

Tuy thế, tôi vẫn cứ thử. Sau khi Email cho danh sách độc giả tiềm năng với tiêu đề vui nhộn: “Fususu mới đẻ, bé dày 556 trang, tên là Bật Đèn”, tôi nhận được khá nhiều phản hồi tích cực.

Chỉ trong 3 ngày, tôi đón nhận liên tiếp 64 đơn đặt sách, con số cũng khá khiêm tốn, nhưng là một tín hiệu thực sự tích cực, giúp tôi có thêm cảm hứng để tiếp tục đam mê viết lách của mình.

Bạn thấy đấy, sức mạnh của danh sách độc giả thật ghê gớm. Nếu có trong tay một danh sách Email lớn với hàng chục ngàn người biết tới bạn, thì bạn có thể làm rất nhiều thứ:

(1) Khi xuất bản sách, bạn chỉ việc gửi Email thông báo, chắc chắn bạn sẽ mỉm cười với những phản hồi tích cực sau khi tỉnh dậy.

(2) Khi bí ý tưởng cho cuốn sách tiếp theo, bạn hoàn toàn có thể gửi Email khảo sát nhu cầu. Đảm bảo bạn sẽ có thêm cảm hứng sau đó.

(3) Có tác giả đã Email cho độc giả để nói về cuốn sách rất hay tiếp theo của họ, nhưng chưa có tiền in sách. Nhiều độc giả đã đặt

trước, rồi họ dùng tiền đó để thực hiện ước mơ in sách!

Thực ra, tôi đã áp dụng cách số ba cho cuốn sách thứ 7. Tôi đã tạo ra tài khoản đọc sách Online, một dạng Ebook tích hợp Web, giúp tôi tương tác được với độc giả qua từng trang sách. Khi đặt tài khoản đọc sách này, bạn không chỉ được tương tác với tôi và các độc giả khác, mà còn gián tiếp tài trợ cho tôi tiền in sách giấy và góp ý giúp sách hoàn thiện.

Tất nhiên là tôi hứa với họ khi ra sách giấy sẽ có một món quà hấp dẫn đính kèm, và tôi sẽ thực hiện lời hứa đó, vì họ là những nhà tài trợ đầu tiên.

Còn vô số thứ khác mà bạn có thể làm khi bạn có được sự liên hệ trực tiếp với độc giả như vậy. Đó là lý do tôi nói: Danh sách độc giả là tài sản quý giá nhất của bạn. Điều quan trọng nhất là hãy xây dựng danh sách đó ngay từ hôm nay, ngay cả khi bạn chưa phải là tác giả, thậm chí cả khi bạn chưa có trang Web!

Làm sao để xây dựng danh sách độc giả?

Nhiều người nghĩ để xây dựng một danh sách độc giả, bạn cần phải có một trang Web hoành tráng, rồi một hệ thống Email Marketing mắc tiền, và nhiều thứ tốn chi phí khác. Quá phức tạp cho một tác giả, còn đâu thời gian để mà viết lách cơ chứ?

Có một trang Web hay một hệ thống Email chuyên nghiệp để thu thập danh sách độc giả rất tốt, song sự thật là bạn có thể xây dựng danh sách Email rất đơn giản, mà hoàn toàn... miễn phí. Tất cả những gì bạn cần làm là nhập địa chỉ dưới đây vào trình duyệt:

https://form.new

Sau đó, bạn sẽ thấy nhà tài trợ quen thuộc: Google. Đó là Google Form, một công cụ miễn phí mà cực kỳ mạnh mẽ. Nó ngày càng hiện đại, chỉ sau một vài thao tác, bạn sẽ có một trang để lưu thông tin của mọi người, chuyên nghiệp chẳng khác nào Website!

Tất cả những gì bạn cần làm sau đó là khiến cho mọi người bấm vào Link đó để điền thông tin. Cách dễ nhất là bạn viết một Ebook ngắn về chủ đề hấp dẫn nào đó (liên quan tới cuốn sách của bạn sau này), rồi bạn tạo Google Form giới thiệu về nó, đăng lên Facebook, Zalo, các mạng xã hội.

Một cách khác là bạn dùng Facebook Group, và thường xuyên chia sẻ những điều thú vị liên quan tới sách của bạn để giữ tương tác. Khi ra sách, bạn đăng thông tin kêu gọi. Cá nhân tôi thích lưu thông tin Email, vì bạn có thể tiếp cận với độc giả trọn đời, hoặc tới khi họ không còn dùng Email đó nữa.

Đây là cách đơn giản mà rất nhiều người đã khởi nghiệp thành công, khi họ chưa có đủ nguồn lực cho các công cụ mạnh mẽ và chuyên nghiệp.

Có danh sách rồi, làm sao gửi Email?

Google Form chỉ giúp bạn thu thập Email miễn phí, và gửi thông báo xác nhận kèm quà tặng của bạn cho độc giả một lần duy nhất. Nếu bạn muốn gửi Email cho danh sách của mình sau đó, thì có nhiều cách:

(1) Bạn dùng Gmail cá nhân để gửi. Tuy miễn phí nhưng không khuyến khích, vì nếu gửi một nội dung cho quá nhiều người thì tài khoản của bạn có thể bị khóa, chưa kể tỉ lệ Email đó rơi vào Spam rất cao.

(2) Bạn dùng dịch vụ Email Marketing phổ biến như GetResponse, MailChimp, v.v... Không chỉ gửi Email hàng loạt, mà bạn còn có thể tạo ra các Email gửi tự động theo lịch định trước để giữ mối liên hệ. Cách này rất dễ dùng, nhưng khi danh sách của bạn trên 2000 người, chi phí sẽ lên tới cả triệu mỗi tháng.

(3) Có nhiều phần mềm cho phép bạn soạn Email trên máy tính (giống như Gmail), rồi bạn kết hợp nó với một dịch vụ gửi mail SMTP như của Amazon SES hay ElasticeMail. Ưu điểm là chi phí

rất rẻ, và tính giá theo nhu cầu. Chỉ cần 1$ là bạn có thể gửi tới 10.000 mail. Cách này chỉ thích hợp khi bạn "bão email", tức là gửi hàng loạt cho một danh sách, chứ không tự động hóa được.

(4) Bạn cũng dùng SMTP như trên, nhưng kết hợp với Server gửi email của riêng bạn. Nếu đã có một Blog trên nền tảng Wordpress, bạn chỉ cần cài thêm một Plugin soạn và quản lý Email như Mailster là có thể có hệ thống tương tự GetResponse.

Đây là cách mà tôi đã và đang làm. Ưu điểm không chỉ là chi phí rẻ, mà bạn còn làm chủ 100% hệ thống của mình. Từ thu thập Email, gửi hàng loạt, tạo email tự động v.v... Nhược điểm duy nhất là bạn phải không ngại kỹ thuật.

Nếu mới bắt đầu, tôi khuyên bạn dùng cách số 2 là đơn giản nhất (cái gì cũng phải có học phí), hoặc chi phí rẻ và thao tác cũng không phức tạp mấy chính là cách số 3. Còn về lâu dài, khi lượng độc giả theo dõi lên tới hàng chục ngàn Email thì bạn nên tự học, hoặc thuê người giúp bạn thực hiện cách số 4.

Vấn đề này khá chi tiết và mang tính kỹ thuật cao, nên bạn hãy Google từ khóa "cách gửi email marketing Fususu", và bạn có thể sẽ thấy tôi chờ bạn ở đó với những tuyệt chiêu mà nếu làm theo, bạn sẽ có một hệ thống gửi Email chuyên nghiệp, và tiết kiệm cả triệu tiền gửi Email mỗi tháng.

Mẹo hay xài ngay

Một điều đơn giản nhất mà bạn có thể làm ngay mà không cần phải động tới cả Google Form, đó là bạn đăng lên Facebook cá nhân của mình một thông tin kiểu như sau:

"Xin chào, bạn có gặp khó khăn khi (1) viết hoặc xuất bản sách không?

Mình từng (2) tốt nghiệp tiểu học trung bình vì 4 điểm Văn, nhưng (3) hơn 5 năm qua, mình đã xuất bản thành công tới 6 cuốn sách. Mình đang viết một cuốn sách để giúp bạn giải quyết vấn đề này

từ A-Z, và sẽ gửi bạn miễn phí bản đọc thử ngay khi hoàn tất.

Hãy comment email của bạn và tag thêm 3 người mà bạn nghĩ rằng họ có thể quan tâm nhé, đảm bảo họ sẽ biết ơn bạn lắm đấy. Mong tin tốt lành!"

Và khi ai đó comment (đặc biệt là những người comment đầu), bạn hãy reply cảm ơn họ và hỏi thêm chi tiết khó khăn của họ. Cách này không chỉ khiến họ cảm thấy được quan tâm, mà bạn còn có thêm ý tưởng để viết sách của mình.

Sau khi đăng Facebook và làm như trên, tôi đã biết rất nhiều băn khoăn của mọi người khi viết lách, và khéo léo giải quyết chúng trên các trang sách của mình, hoặc trong phần hỏi đáp để đảm bảo độc giả có thể tìm thấy hầu hết câu trả lời của họ.

Tất nhiên bên trên là ví dụ về cuốn sách của tôi, song bạn vẫn có thể linh hoạt áp dụng cấu trúc ấy. Đơn giản là:

Thay (1) bằng chủ đề bạn đang viết sách.

Thay (2) là một khó khăn trước đây của bạn.

Thay (3) là kết quả hiện tại bạn đang có.

Trong đó, (2) và (3) càng khác biệt, thì tỉ lệ nhận được phản hồi của bạn càng cao. Bạn thấy công thức "Trước đây, sau đấy" này quen không?

Chi tiết hơn bạn sẽ được bật mí ở phần sau.

Làm sao để chia sẻ thông tin về cuốn sách của bạn một cách hiệu quả nhất? Làm sao khiến mọi người muốn đặt mua sách của bạn mà lại không tạo ra cảm giác bạn đang "bán hàng"?

Hãy cùng khám phá chìa khóa tiếp theo!



Chìa khóa #3 - Bài “bán sách” ấn tượng

Chìa khóa #3

Bài “Bán Sách” Ấn Tượng

Trước khi độc giả truyền tay nhau cuốn sách của bạn, thì bạn luôn cần phải làm một thứ rất quan trọng. Đó là chinh phục được những độc giả đầu tiên.

Họ có thể nằm trong danh sách Email của bạn, hoặc có thể là một người tình cờ nhìn thấy bài đăng của bạn trên Facebook. Dù thế nào thì bạn cũng cần phải có một bài giới thiệu sách ấn tượng, tương xứng với tâm sức mà bạn đã đầu tư cho cuốn sách.

Tôi biết có thể bạn nghĩ mình là tác giả chứ đâu phải người bán hàng mà viết bài “bán sách”?

Điều đó có thể đúng khi bạn trở thành một tác giả nổi tiếng, bạn có hẳn một đội ngũ Marketing hùng hậu cho mình. Còn khi bạn mới khởi nghiệp, khi bạn quyết định tự xuất bản sách, mà bạn không viết được một bài “bán sách” ra hồn, thì tất nhiên là sách hay tới mấy cũng sẽ khó có người mua.

Ai cũng phải bán thứ gì đó

Mong bạn đừng quá nặng nề việc “bán hàng”, suy cho cùng thì ai cũng phải bán một thứ gì đó trong đời. Khi bạn tìm mọi cách để thuyết phục bố mẹ mua cho món đồ chơi đầu tiên, bạn đang “bán” ý muốn của mình, và bố mẹ đã “mua” nó bằng hành động rút ví

tiền ra. Khi bạn đi phỏng vấn và có công việc đầu tiên, đó là do nhà quản lý đã quyết định "mua" năng lực của bạn. Kỹ năng bán hàng là cần thiết và có mặt khắp nơi, chỉ là bạn có nhận ra hay không mà thôi.

Bạn cũng đừng lo lắng quá, sau khi đầu tư 2500$ và dành hơn 3 tháng học hỏi từ nhà vô địch thuyết trình Craig Valentine, cũng là bậc thầy bán hàng với doanh thu cả triệu đô. Tôi đã học được một công thức khéo léo vừa giúp bạn tăng tỉ lệ mua, vừa giúp bạn để lại ấn tượng tốt kể cả khi họ không mua.

Cách bán thông thường

Hầu hết mọi người khi cố gắng bán một cuốn sách hay khóa học, họ sẽ ca ngợi thành tựu của bản thân, họ dành nhiều thời gian nói về sản phẩm của họ hay thế nào, và hô hào mua bán với cơ hội giảm giá rất lớn. Tôi gọi đây là quy trình T.S.M, bạn sẽ hiểu nó hơn thông qua một ví dụ cụ thể dưới đây:

(T) Tôi siêu, Tôi giỏi, Tôi...

Hiện tại tôi là một Blogger khá nổi tiếng với hàng ngàn lượt truy cập Web mỗi ngày, tôi cũng là tác giả 6 cuốn sách, trong đó có 3 cuốn từng lọt top sách bán chạy trên Tiki.

(S) Sách hay, Sách tốt, Sách...

Tôi đã viết ra một cuốn sách dày hơn 300 trang về nghệ thuật viết sách với hơn 10 chương rất độc đáo, các kiến thức cực kỳ giá trị mà bạn sẽ khó có thể tìm thấy ở đâu cả.

(M) Mua ngay, Mua đi, Mua…

Bình thường giá sách 415k, hôm nay bạn có thể sở hữu nó với giá 299k, hãy nhanh tay bạn nhé! Cơ hội ưu đãi này rất hiếm hoi, ngoài ra nếu muốn bạn có thể đọc bản Ebook với giá chỉ có 199k!

Bạn còn nhớ cảm giác bị làm phiền khi đang xem Clip Youtube mà quảng cáo chèn vào chứ?

Đó là do T.S.M tạo ra, thường công thức này chỉ thu hút được những người cả tin ham rẻ, hoặc những người đã có sự tin tưởng chắc chắn vào bạn trước đó. Chứ không tạo được mối quan hệ tốt với các độc giả “cao cấp”. Đó là những độc giả trung thành mà sau khi mua, họ sẽ giới thiệu sách của bạn với người khác.

Đó là lý do tôi gọi vui quy trình T.S.M bên trên là “Tôi Sợ Mua”, vì khi người ta thấy bạn bắt đầu bán hàng, các hàng rào tâm lý sẽ được dựng lên.

Một số người thì khéo léo hơn. Họ xây dựng sự tin tưởng bằng cách kết nối với độc giả, cho đi một bí quyết hay ho, và khiến độc giả muốn có thêm. Cuối cùng, họ mới bán sản phẩm. Tôi gọi đây là quy trình T.C.S.B, hay là “Trước Cho Sau Bán”.

(T) Trước: Tôi đã gặp khó khăn thế này

Bạn nghĩ xem một người từng tốt nghiệp trung bình vì 4 điểm môn văn, chưa kể lại hay trì hoãn nữa, thì liệu có thể viết tới 6 cuốn sách không? Chưa kể là trong đó có cuốn tiểu thuyết dày hơn 550 trang nữa?

(C) Cho: Tôi đã tìm ra bí quyết

Câu trả lời là bạn đang được nói chuyện với người đó đấy. Có một bí quyết đơn giản đã thay đổi tôi. Đó là thói quen: Ngày nào cũng dành 30-60 phút viết sách ngay khi tỉnh dậy.

(S) Sau: Tôi đã có kết quả tuyệt vời!

Hiện tại, tôi đã viết hàng trăm Blog được hàng ngàn người xem mỗi ngày, tôi đã xuất bản 6 cuốn sách, trong đó có 3 cuốn lọt top sách bán chạy trên Tiki.

(B) Bán: Muốn như tôi, hãy mua ngay!

Nếu tôi làm được thì bạn cũng có thể. Tôi đã viết lại tất cả những bí quyết trong cuốn sách dày hơn 300 trang này, và 10 chương trong sách sẽ giúp bạn xuất bản cuốn sách của bạn trong thời gian ngắn.

Bình thường sách giá 415k, nhưng nếu mua ngay hôm nay, bạn được giảm hơn 100k, chỉ còn 299k, hoặc bạn có thể mua Ebook với giá 199k!

Đó là quy trình "Trước Cho Sau Bán". Áp dụng nó, sẽ có nhiều người tin tưởng bạn vì có sự đồng điệu ban đầu, và sẽ cảm thấy đỡ bị quảng cáo do bạn cho đi một phần tri thức. Tuy nhiên dù ít dù nhiều thì khi tới khúc bán thì vẫn có cảm giác quảng cáo.

Nghệ thuật S.W.A.P

Thật ra, trước khi biết tới Craig Valentine với nghệ thuật S.W.A.P, Sell Without Annoying People hay còn gọi là bán mà không làm phiền khách hàng, tôi đã dùng cách "Trước Cho Sau Bán" ấy rất nhiều.

Kết quả cũng có, song tôi không biết rằng mình đã đánh mất mối quan hệ với nhiều độc giả tiềm năng khi tới khúc bán. Còn bạn áp dụng 5 bước S.W.A.P khéo léo, độc giả sẽ mua sách của bạn trước

khi họ nhận ra là bạn đã bán nó.

Kể cả họ không mua thì mối quan hệ tốt đẹp vẫn được giữ gìn, và nếu bạn làm đủ khéo léo thì sẽ chẳng ai cảm thấy là bạn đang bán hàng, mà đơn giản là đang cho đi tri thức, thật tuyệt phải không?

Để áp dụng 5 bước S.W.A.P này tốt, trước đó bạn cần phải biết được một bí mật quan trọng.

Tại sao họ mua sách?

Trừ những độc giả mua sách vì giấy thơm bìa đẹp, vì người khác bảo hay, vì những lý do trên trời… thì những độc giả tích cực nhất mà sẽ giới thiệu sách của bạn cho mọi người, họ mua vì điều gì?

Họ mua vì họ tin tưởng bạn. Họ tin rằng giải pháp của bạn sẽ mang tới một kết quả mong muốn cho họ. Do vậy, bạn không cần phải có một ai đó nổi tiếng viết lời đề tựa cho sách thì mới tạo được sự tin tưởng, bạn cũng không cần phải có hàng trăm Review 5 sao trên Tiki thì mới tạo sự tin tưởng.

Nếu như hầu hết mọi người tập trung bán sản phẩm và giá cả, thì các nhà vô địch như Craig Valentine, họ bán câu chuyện, bán kết quả. Khi độc giả đã “tin mua” câu chuyện của bạn, tin mua những “kết quả” mà họ có thể đạt được, thì lúc đó sản phẩm có như thế nào, cơ hội giảm giá ra sao, mọi thứ chỉ là phụ!

Nếu bạn google chính xác các từ khóa dưới đây, bạn sẽ tìm thấy những Blog đặc biệt của Fususu, mà ở đó bạn sẽ thấy tôi chẳng hề đề cập tới việc sách có bao nhiêu trang, mục lục thế nào, thậm chí không cần cho đọc thử, nhưng vẫn có người đặt mua trọn bộ.

“Luyện trí nhớ Fususu”

“Cách học tiếng Anh Fususu”

“Bí quyết thay đổi bản thân Fususu”

“Làm sao để thuyết trình hay hơn Fususu”

“Kinh nghiệm viết sách Fususu”

Nếu bạn đọc nhiều lần và để ý, thì các Blog này đều có chung một cấu trúc. Thay vì dành vài trang để mô tả cuốn sách hay sản phẩm đó có đặc tính thú vị như thế nào, tôi “bán” câu chuyện đằng sau chúng, tôi “bán” kết quả mà họ sẽ nhận được nếu đọc sách.

5 bước SWAP
để bán hàng như nhà vô địch

Bước #1 - Trước đây:

Trước khi trở nên như bây giờ, bạn cũng từng giống độc giả của mình ở một điểm nào đó. Hãy cứ thành thật chia sẻ câu chuyện về những khó khăn, những nỗi đau bạn gặp phải trước khi bạn tìm ra giải pháp, trước khi bạn viết ra cuốn sách này.

Hãy nhớ: Bạn càng giống họ, thì họ càng tin bạn!

Bên cạnh đấy, hãy mô tả càng cụ thể càng tốt, chứ đừng nói chung chung kiểu như trước đây tôi rất thế này thế kia. Hãy kể lại một cách sinh động, để độc giả thực sự trải nghiệm được nỗi đau của bạn trong thực tế.

Nếu bạn đọc Blog cách học tiếng Anh du kích, bạn sẽ thấy tôi mở đầu bằng câu chuyện mình đã nhục nhã như thế nào khi sau hơn 15 năm học tiếng Anh, mà cuối cùng không thể xử lý một tình huống đơn giản, rồi chốt hạ bằng câu nói không thể đau đớn hơn: "Tôi có thể điểm cao ở trường học, nhưng vẫn đúp ở trường đời."

Bước #2 - Sau đấy

Theo phản xạ tự nhiên, sau khi chia sẻ khó khăn trước đây bạn gặp phải, khán giả sẽ thấy đồng cảm và muốn biết bạn làm gì sau đó. Thường thì bạn sẽ có xu hướng chia sẻ luôn hành trình của mình, và đi vào quy trình "Trước Cho Sau Bán".

Các nhà vô địch thì khác. Họ tiếp tục làm cho sự tò mò đó tăng cao bằng cách "tua" nhanh tới hiện tại, tới thời điểm sau đó, nơi họ có những kết quả tích cực. Kết quả này càng đối lập với khó khăn trước đây, thì càng kích thích sự tò mò cho độc giả.

Trong Blog luyện trí nhớ, phần "Trước đây" tôi kể câu chuyện mình gặp khó khăn trong việc ghi nhớ thế nào khi phải đương đầu với cuốn sách Triết học dày cộp. Còn phần "Sau đấy" tôi nói về việc mình đã không chỉ vượt qua môn đó nhẹ nhàng, mà còn nhớ dãy 1000 số Pi, và giúp nhiều đọc giả làm được điều tương tự (kèm theo Clip minh chứng).

Bước #3 - Thế nào

Sau khi đã tạo ra sự khác biệt lớn bằng kỹ thuật "Trước đây Sau đấy", các nhà vô địch còn đi xa hơn nữa. Họ không vội chia sẻ điều gì đã làm nên sự khác biệt. Đây là phần họ đặt câu hỏi để khán giả tự hình dung ra sự khác biệt đó:

"Điều gì tạo ra sự khác biệt?"

Kiểu gì cũng có người nghĩ "Chắc là phương pháp..." nên tôi thường viết thêm "Điều gì xảy ra nếu một phương pháp sai, mà bạn cứ áp dụng đi áp dụng lại trong một thời gian dài? Bạn không chỉ lãng phí thời gian, đánh mất cơ hội, mà còn rèn cho mình những thói quen xấu cản trở thành công."

Điều này sẽ giúp độc giả nhận ra rằng mình cần phải tìm ra phương pháp đúng đắn, thì mới tiết kiệm thời gian hành động và đạt được kết quả mau chóng. Chiến thuật này sẽ thúc đẩy họ càng tò mò hơn nữa về giải pháp mà bạn sắp chia sẻ.

Bước #4 - Hành trình

Sau khi sự tò mò của độc giả đã được đẩy lên cao tới mức họ không thể chịu nổi, các nhà vô địch mới bắt đầu tiết lộ hành trình họ khám phá ra giải pháp. Bạn hãy nhớ bí quyết này: Hành trình càng cam go,

kho báu càng giá trị.

Trong Blog làm sao để thuyết trình hay, tôi chia sẻ câu chuyện mình đầu tư cả trăm đô để mua bộ Clip thuyết trình của các nhà vô địch, rồi 2500$ và 3 tháng trời để học trực tiếp từ Craig Valentine, chưa kể nhiều năm tổng hợp, nhiều tháng hoàn thiện sách.

Bên cạnh đó ở bước này, bạn hãy nhớ cho đi một bí quyết nào đó thú vị. Chẳng hạn cũng trong Blog trên, tôi không chỉ cho đi những nguyên tắc giúp tôi thành công nhanh chóng (học từ người giỏi nhất), mà đã cho đi thông tin giá trị là giới thiệu cuốn sách của Craig Valentine, mà tôi gọi là kinh thánh của nghệ thuật diễn thuyết.

Có thể bạn nghĩ thật lạ, tại sao bán sách của mình mà lại giới thiệu sách của người khác?

Tin tôi đi, việc cho đi bí quyết, thậm chí giới thiệu một cuốn sách của người khác đã từng giúp bạn thành công rất quan trọng. Nó giúp bạn nâng giá trị của mình lên. Không chỉ thể hiện rằng bạn ham học hỏi (và sẽ truyền tinh thần này cho độc giả), mà còn thể hiện rằng bạn sẵn sàng cho đi không giấu diếm bất cứ điều gì trong cuốn sách của bạn.

Bản năng của con người là khi nhận được quà, nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình từ ai đó, người ta cũng luôn có xu hướng muốn giúp đỡ lại. Khi bạn sẵn lòng cho đi, độc giả cũng sẽ sẵn lòng giúp bạn thực hiện sứ mệnh, họ sẽ mua sách của bạn.

Bước #5 - Hành động

Ở bước này bạn thúc đẩy độc giả hành động. Có thể là đặt sách

ngay, để lại thông tin nhận quà nào đó, song chú ý là chỉ nên có một lựa chọn duy nhất.

Một số người đưa ra nhiều lựa chọn cho khách hàng với lý do: Thay vì chọn mua hay không mua, khách hàng giờ sẽ nghĩ mình nên mua cái nào. Hoặc họ "chơi chiêu", họ để một sản phẩm rất mắc tiền bên cạnh một sản phẩm rẻ hơn, và hi vọng khách sẽ chọn sản phẩm rẻ hơn, v.v...

Cách đó có thể hiệu quả với một số ngành bán lẻ, còn khi bạn bán tri thức thì hãy nhớ rằng độc giả của bạn cũng là người có tri thức, họ sẽ không dễ dàng bị "dụ kẹo" bởi những chiêu trò phổ biến mà gần như siêu thị nào cũng dùng. Hãy nhớ...

Lựa chọn rõ ràng, chọn lựa dễ dàng.

Khi bạn liệt kê quá nhiều sản phẩm, bạn đưa ra quá nhiều gợi ý, bạn không chỉ biến bài viết đó giống như một bài bán hàng, mà còn khiến độc giả bối rối không biết nên chọn cái nào. Trong tất cả các lựa chọn, thì có hay không là lựa chọn đơn giản nhất. Và lúc đó chỉ có hai trường hợp xảy ra.

Hơn nữa, khi bạn chỉ đưa ra một lựa chọn thì toàn bộ bài viết của bạn sẽ tập trung vào một mục tiêu duy nhất: Thuyết phục họ thực hiện lựa chọn đó. Nếu không mua thì cũng không sao, bạn vẫn giữ được mối quan hệ tốt đẹp, sớm hay muộn họ cũng sẽ mua.

Bên cạnh đó, để giảm tỷ lệ "để suy nghĩ đã", bạn có thể đưa ra một lý do để hành động ngay. Đây mới là lúc bạn tặng mã giảm giá, cơ hội ưu đãi nếu có. Nhưng hãy nhớ, lý do bạn đưa ra phải cụ thể và hợp lý, nếu không thì một lần nữa, bài viết của bạn lại giống các trang bán hàng phổ biến.

Lý do của tôi thường khá đơn giản, vì các Blog ấy rất dài, tầm 2500 - 3000 chữ, và khi đã đọc được tới cuối, họ là những người tích cực học hỏi thực sự. Tôi ghi nhận điều đó, tôi ưu đãi cho họ.

Đó là 5 bước S.W.A.P cơ bản!

Nói chung khi sử dụng S.W.A.P, kể cả khách hàng không mua, họ vẫn nhận được kiến thức bổ ích và giữ mối quan hệ tốt đẹp với bạn, và chắc chắn sẽ trở thành khách hàng trong tương lai của bạn.

Điều thú vị là bạn có thể sử dụng tuyệt chiêu S.W.A.P này không chỉ cho bài viết, mà còn cho thuyết trình. Nếu để ý, bạn sẽ thấy trong các bài thuyết trình, tôi rất hay đặt một câu hỏi cho khán giả, rồi tặng sách cho người duy nhất trả lời đúng.

Nếu làm khéo léo, bạn sẽ thấy sau đó ai cũng sẽ hào hứng muốn sở hữu cuốn sách mà tôi đã cho đi. Hãy sắp xếp thời gian tham gia những buổi Zoom Fususu, đặc biệt là buổi Zoom “Bí quyết thuyết trình từ nhà vô địch” và biết đâu, bạn sẽ được tặng cuốn sách cực kỳ giá trị này đấy!

Chìa khóa #4 - Blog riêng của bạn



Chìa khóa #4

Blog Riêng Của Bạn

Sức mạnh PR thời đại số

Giữa quảng cáo trên TV và một người thân nói cho bạn một sản phẩm nào đó rất hay, bạn sẽ tin cái nào? Tất nhiên là qua bạn bè. Đó chính là sức mạnh của PR (Public Relation), và trong bất cứ thời đại hay ngành nghề nào, PR luôn là công cụ đáng tin cậy.

Chỉ có điều là nếu như ngày xưa, mọi người rất dễ tin nhau và mua sản phẩm, thì ngày nay ai cũng thông minh hơn, và hầu hết mọi người đều tin một người khổng lồ: Google. Trước khi mua, kiểu gì họ cũng sẽ Google nó!

Hãy tưởng tượng, độc giả Google tên sách của bạn và ra một trang giới thiệu, nhưng không phải là của bạn, mà cũng chẳng phải là một trang bán sách uy tín nào cả. Đó là một trang ất ơ nào đó, nội dung giới thiệu cũng sơ sài thậm chí còn nhiều sai sót.

Thật bất lợi phải không?

Đó là lý do bạn cần có ít nhất một trang Web giới thiệu sách, tuyệt vời hơn nữa là một Blog, cập nhật thường xuyên những thông tin từ chính chủ. Đó không chỉ là nơi kết nối bạn với độc giả, mà còn là công cụ để quảng bá hình ảnh và cuốn sách của bạn với chi phí tối ưu nhất.

Thế còn Facebook? Youtube?

Ai cũng có thể tạo tài khoản Facebook, ai cũng có thể trở thành Youtuber, nhưng không phải ai cũng có trang Web riêng. Nó không chỉ giúp bạn xây uy tín, tạo dựng khác biệt, mà còn là công cụ PR mạnh mẽ, mang lại nguồn độc giả mới đều đặn, hằng ngày!

Chưa kể là Youtube có thể xóa Video, khóa kênh của bạn bất cứ lúc nào; Facebook thì liên tục thay đổi chính sách, và "bóp tương tác" để bạn ngày càng phải chi trả nhiều tiền quảng cáo hơn. Đó là lý do nếu bạn để ý những Fanpage dù hàng triệu Like, nhưng khi đăng bài lên hầu hết chỉ nhận được vài trăm, thậm chí vài ngàn like là cùng.

Nói chung, đừng phụ thuộc 100% vào những gì bạn không thể kiểm soát 100%. Bạn có thể có Fanpage và kênh Youtube, đơn giản là để khi độc giả tìm kiếm bạn trên đó, họ vẫn sẽ thấy bạn, nhưng đừng phụ thuộc vào chúng. Tìm hiểu các tác giả có sách bán chạy, bạn sẽ thấy bên cạnh Fanpage và Youtube, họ luôn có một trang Web riêng.

Bởi vì các tác giả 5 sao biết rằng, mạng xã hội chỉ là một kênh truyền thông, một công cụ để kết nối độc giả đến với kho báu thực sự, nằm ở sân nhà của họ, chính là trang Web hoặc Blog của họ.

Tạo Blog trong 3 nốt nhạc

Blog và Web có gì khác nhau? Blog là một dạng trang Web, tập trung các bài viết mang tính chia sẻ, được cập nhật đều đặn.

Còn trang Web, bạn có thể hiểu đơn giản nó là một căn nhà của bạn, mà bất cứ ai cũng có thể ghé thăm bằng chiếc di động của họ. Chẳng hạn, khi bạn google từ khóa Fususu, bạn sẽ thấy ngay hòm kho báu Fususu.com ở trang kết quả đầu tiên.

Ở đời chẳng có gì miễn phí, để duy trì căn nhà ấy, dù là nhà di động, thì bạn phải trả phí “đỗ nhà” ở đâu đấy, đó chính là các máy chủ chứa Web, còn gọi là Hosting.

Nốt nhạc #1: Mua tên miền

Nhiều người nghĩ lúc nào cần làm Blog thì mới mua tên miền. Điều này thật sai lầm. Vì tới lúc đó, tên miền bạn yêu thích có thể bị mua mất rồi.

Nhiều người coi tên miền cũng là một dạng đầu tư bất động sản Online, nên họ mua trước rất nhiều và tìm cơ hội bán lại. Bản thân

tôi rất tiếc khi tên miền NamPhuong.com đã bị một người nước ngoài mua, và rao bán lại với giá trên trời là 10.000 đô!

Trong khi đó, nếu tôi biết trước mà mua sớm hơn thì chỉ chưa tới 10 đô. Để mua tên miền rất đơn giản, bạn chỉ cần lên các trang bán tên miền phổ biến, chọn cái tên mình thích và thanh toán là xong.

Sau đó bạn có thể mở Blog như tôi, hoặc ngay cả khi chưa có Web bạn vẫn có thể dùng dịch vụ của mail.zoho.com để tạo một hòm email chuyên nghiệp với tên miền riêng như namphuong@fususu.com, hoặc đặt chế độ khi người dùng truy cập thì dẫn thẳng tới trang Fanpage hoặc kênh Youtube của bạn.

Thứ bạn cần là chưa tới 10 đô, và một ý tưởng tên miền còn trống, vì hầu hết các tên miền ngắn gọn và đẹp thường đã bị mua.

Có rất nhiều nhà cung cấp tên miền, có những đợt họ quảng cáo cho bạn mua dưới 1 đô hoặc thậm chí Free, song có thể có nhiều chi phí ẩn sau đó. Cá nhân tôi 10 năm nay đều mua tại Dynadot.com, giá cả phải chăng mà rất ổn định, bạn có thể tham khảo.

Tôi thấy nhiều người ham, mua rất nhiều tên miền, thậm chí mỗi cuốn sách của họ có một tên miền và trang Web riêng. Bạn có thể làm vậy nếu muốn, song nếu mới khởi nghiệp thì bạn nên tập trung làm một trang thôi, và lấy tên là bút danh của bạn là được. Vậy sẽ tập trung và giúp độc giả dễ theo dõi bạn hơn.

Nốt nhạc #2: Dịch vụ Hosting

Khi đã có tên miền ưng ý, giống như căn nhà của bạn đã có địa chỉ Online, nhưng nhà có to ra sao, nó có thể chứa được bao nhiêu độc giả ghé thăm thế nào, thì còn phụ thuộc vào mảnh đất bạn đặt căn nhà. Đó chính là Hosting. Ở bước này bạn có 3 cách:

Dùng miễn phí.

Thuê hosting.

Máy chủ ảo (VPS)

(1) Cách thứ nhất cực đơn giản. Bạn có thể lên các trang như Wordpress.com, Blogger.com, v.v... và tạo tài khoản, rồi bắt đầu viết bài ngay. Lúc này Blog của bạn sẽ có dạng tên miền phụ như fususu.blogger.com hoặc fususu.wordpress.com.

Nhược điểm cách này là bạn thường phải thêm chi phí mới được sử dụng tên miền riêng hoặc để loại bỏ các quảng cáo tự nhiên hiện lên trên Blog.

Hơn nữa, do phụ thuộc chính sách của các trang ấy mà bạn cũng rất khó mà tùy chỉnh Web 100% theo ý mình.

(2) Mua hosting, thì chỉ cần tra từ khóa “mua host” là Google sẽ chỉ cho bạn vô khối nhà cung cấp dịch vụ trong và ngoài nước. Giá cả đa dạng tùy cấu hình. Càng nhiều người truy cập thì Host càng phải mạnh, nếu không Web của bạn sẽ chậm như rùa.

Đa số các Host bây giờ khá hiện đại, sau khi mua xong chỉ cần vài cú chạm là bạn sẽ có ngay trang Web, hoặc bạn có thể nhờ bên kỹ thuật hỗ trợ cài Web cơ bản. Ưu điểm cách này là bạn làm chủ gần như hoàn toàn Web của mình với tên miền riêng.

Nhược điểm là có thể bị chậm do nhiều người khác cũng dùng chung Host, và nếu trang của họ bị hack, thì bạn cũng chịu chung số phận. Giống như cháy nhà chung cư, ai cũng sẽ bị ảnh hưởng. Còn để nâng cấp lên máy chủ riêng thì sẽ khá là tốn tiền.

(3) Tôi thích nhất là máy chủ ảo (VPS). Bản chất đây cũng là một dịch vụ Hosting, song áp dụng công nghệ mới mà bạn làm chủ 100% Host của mình. Giống như là bạn thuê mảnh đất Online, và toàn quyền xây căn biệt thự của bạn.

Ngày xưa cách này đòi hỏi bạn phải nắm kỹ thuật rất tốt, thậm chí có hiểu biết về lập trình, vì bạn sẽ điều khiển chúng hoàn toàn bằng... dòng lệnh (như một Hacker vậy). Tuy nhiên, giờ đây chỉ cần một vài cú chạm, là có thể có ngay Web trên VPS riêng.

Đơn giản là bạn lên trang Vultr.com, mở một tài khoản, rồi khởi

tạo một VPS (cấu hình mức thấp nhất là được) và chọn chế độ cài luôn Wordpress. Sau vài phút, bạn trỏ tên miền về địa chỉ IP được cung cấp là xong.

Ưu điểm là chi phí rẻ so với cấu hình mà bạn có được, chỉ 3-5 đô/tháng là tốc độ miễn chê, và chứa được nhiều Blog. Nhược điểm là bạn phải không ngại kỹ thuật, vì bạn làm chủ 100%, nên nếu có vấn đề thì bạn phải tự Google xử lý thôi.

Do vậy, nếu bạn thuê VPS rồi nhờ ai đó quản lý, thì chi phí vẫn rẻ và tốc độ vẫn tin cậy hơn nhiều so với Hosting. Cá nhân tôi thì đầu tư VPS và học cách tự quản lý, cũng không khó như bạn tưởng đâu, giờ mọi thứ đều có trên Google.

Nốt nhạc #3: Chọn giao diện và bắt đầu viết!

Sau khi tạo Blog, bạn có thể sẽ rất hưng phấn và mất vài ngày để làm quen, chọn giao diện (Theme) và cài đặt chức năng (Plugin) ưng ý.

Hầu hết mọi người ngại kỹ thuật, nên thường chọn mua Theme, mua Plugin hứa hẹn vô vàn chức năng hay ho, đặc biệt là Wordpress. Tôi khuyên bạn chỉ cần chọn một Theme Free được đánh giá cao, hiển thị tốt trên cả di động lẫn máy tính là được.

Còn Plugins thì chỉ cần cài cái cơ bản để tránh làm nặng Web như: Một Plugin tăng tốc độ Web. Một Plugin tạo Form thu thập Email độc giả. Một Plugin chống Hacker, chống Spam. Chấm hết!

Vì cài càng nhiều Plugins, thì Blog của bạn sẽ càng chậm (bất kể Server có khỏe tới mấy). Sau đó thứ bạn nên dành nhiều thời gian là...

Content is the King: Nội dung là vua!

Nếu như các Blogger từ xưa tới nay luôn có một câu cửa miệng: Content is the King (Nội dung là vua), thì tôi tin rằng: Connecting is the Queen (Kết nối là hoàng hậu).

Hầu hết 90% thời gian bạn nên tập trung vào xây dựng nội dung chất lượng, thu thập Email độc giả, gửi quà thường xuyên kết nối với họ. Còn việc thiết kế chỉnh sửa Web thì nếu không thuê ngoài, bạn chỉ cần 10% thời gian để tự học mỗi ngày là được.

Cá nhân tôi có niềm đam mê đặc biệt với tin học từ bé, nên tôi tự Code từ A-Z hệ thống Blog của mình. Nhiều người khi vào đều nhận xét Blog Fususu làm rất công phu, với các chi tiết được thiết kế tỉ mỉ, cùng các chức năng độc đáo mà không một Theme nào trên thị trường có tích hợp sẵn.

Sự thật là tôi không thiết kế nó trong ngày một ngày hai, mà là mỗi ngày một chút trong 10 năm. Giờ tôi có thể Code một trang Web từ A-Z với mọi tính năng mình muốn. Tuy vậy, hầu hết thời gian tôi dành cho viết Blog, thu thập Email, gửi quà đều đặn để kết nối với độc giả, còn Coding chỉ là... giải trí!

Cách tạo trang Web và xây dựng Blog mang tính kỹ thuật khác cao, và tôi có thể viết một cuốn sách hơn 300 trang về nó. Do vậy, nếu cần thêm thông tin bạn hãy Google từ khóa “cách tạo web Fususu” để được hướng dẫn chi tiết các bước hiệu quả.

Điều quan trọng nhất bạn cần nhớ đó là:

Dù bạn chưa biết gì, nhưng ngay từ giờ hãy tìm hiểu cách tạo dựng một Blog của riêng bạn. Hoặc chí ít là nên mua ngay tên miền riêng là bút danh của bạn, và coi đó như một lời hứa rằng một ngày nào đó độc giả của bạn sẽ ghé thăm trang Web ấy, để lại Email kết nối với bạn, và trở thành độc giả trung thành, sẽ mua mọi cuốn sách bạn ra mắt!

Tin tôi đi, sau này có thể bạn sẽ gửi Email cảm ơn lời khuyên chân thành này đấy: Hãy bắt đầu làm việc đó ngay, càng sớm càng tốt. Và khi có Blog rồi thì phải làm sao? Hãy cùng khám phá chìa khóa tiếp theo!

Chìa khóa #5 - Cho đi thông minh



Chìa khóa #5

Cho Đi Thông Minh

Hiện tại, thi thoảng tôi vẫn nhận được email từ độc giả với nội dung tương tự thế này: “Chào nhà xuất bản Fususu, tôi xin đính kèm bản thảo trong email này. Mong NXB xét duyệt hoặc cho tôi góp ý.”

Nguyên nhân là họ đã google từ khóa “tự xuất bản sách” và thấy Fususu ở trang đầu. Tuy nhiên, họ đã nhầm tôi với một nhà xuất bản và trở thành độc giả tiềm năng của cuốn sách bạn đang cầm trên tay.

Bí mật viết Blog bán sách

Thật ra Blog tôi viết về tự xuất bản sách ấy cũng chỉ là một trong hơn 300 Blog trên Fususu. Trung bình 2000 chữ mỗi bài, tổng là 600.000, tương đương ...12 cuốn sách thế này. Nhờ các Blog này, mà Google thường xuyên mang lại cho tôi hàng ngàn độc giả mới mỗi ngày, mà không mất tiền quảng bá.

Nếu bạn chịu khó đọc hết tất cả 300 Blog ấy, bạn sẽ thấy khá nhiều kiến thức cũng xuất hiện trong sách, và bạn có thể tự hỏi: Nhỡ độc giả đọc hết rồi không mua sách thì sao? Thậm chí viết hết lên trên đó, thì chữ đâu nữa để viết sách?

Trước đây tôi cũng lo như thế, nhưng khi cài Google Analytics để phân tích hành vi người ghé thăm Blog thì sự thật lại khác. Trung bình một độc giả ghé thăm chỉ cùng lắm 3 bài là giỏi, cũng có những người đọc liên tục thì tối đa là 10 bài, và sau đó họ mua sách. Thậm chí có những người đọc một Blog duy nhất, rồi tìm hiểu về sách và mua luôn!

Tất nhiên, cũng có những người ngày này qua ngày khác đọc Blog và không mua sách, nhưng tôi tin một ngày, họ sẽ ủng hộ tôi theo một cách nào đó. Tôi từng nhận được Email của các độc giả biết tôi từ thời học sinh, và tới lúc thành sinh viên thậm chí đi làm, họ mua sách và trở thành độc giả trung thành.

Khi được ai đó giúp đỡ, bạn sẽ luôn có xu hướng muốn giúp đỡ lại họ. Điều này nằm trong Gen của con người rồi nên bạn đừng ngại cho đi, đừng ngại chia sẻ những kinh nghiệm của mình ở trên Blog, cho dù nó có giá trị tới mấy, cho dù nó bạn có thể bán nó trong một cuốn sách, hãy cứ cho đi.

Chắc chắn khi độc giả cảm nhận được giá trị tuyệt vời, họ sẽ muốn khám phá thêm nữa. Vấn đề chỉ là làm sao để cho đi một cách thông minh, làm sao để tiết kiệm thời gian cho bạn viết sách, mà ngày càng có thêm nhiều độc giả mới biết đến bạn mà thôi.

Tuyệt chiêu #1 - Viết đủ chi tiết

Nếu kiến thức của bạn ở một lãnh vực nào đó giống tảng băng trôi thì Blog là phần nổi, còn phần chìm chính là sách. Dù nổi hay chìm thì cũng đều là một phần của tảng băng, bạn cần phải đảm bảo chúng hấp dẫn tương tự nhau, chỉ khác nhau về số lượng.

Thông thường một cuốn sách sẽ có khoảng 200-300 trang với 40.000-60.000 chữ, còn một Blog tối ưu sẽ có khoảng 1500-2500 chữ (đọc trong 10-15 phút). Nếu dài quá thì sẽ có ít người đọc hết, ngắn quá thì sẽ khó đủ sâu để bạn kết nối và gây ấn tượng.

Đó là lý do bạn cần viết đủ chi tiết, hướng dẫn độc giả thực hiện thành công một mẹo nào đó vào cuộc sống của họ. Làm như vậy, mỗi lần áp dụng tuyệt chiêu đó, họ sẽ nhớ ngay tới bạn. Còn sách thì sao? Nó sẽ khác với Blog thế nào?

Hãy tưởng tượng sách giống như một căn phòng chứa đầy kho báu, và mỗi Blog bạn viết giống như một cái lỗ nhỏ trên tường để độc giả nhìn qua mà thòm thèm. Nếu đọc Blog, độc giả thường chỉ biết được mẹo hay áp dụng ngay, thì đọc sách sẽ khác.

Sách là nơi bạn chỉ ra nguyên lý đằng sau, giúp họ có một lộ trình hành động rõ ràng, thậm chí khi hiểu nguyên lý, độc giả tự tạo ra tuyệt chiêu của riêng họ và có được kết quả như họ muốn.

Còn về việc bạn lo hết chữ thì không thể đâu.

Tri thức giống như một dòng sông, khi cho đi bạn sẽ trở thành một nhánh sông, và tri thức lại tiếp tục trôi chảy qua bạn. Hãy cứ cho đi những Blog tuyệt vời, bạn sẽ thấy mình liên tục có thêm ý tưởng để ngày càng đào sâu hơn, ngày càng viết ra được nhiều cuốn sách hay hơn!

Thực tế là đã có nhiều cuốn sách của tôi lấy ý tưởng từ một bài viết ở trên Blog. Thậm chí đã có những Blog tôi viết chi tiết hơn cả trong sách, nên khi tái bản tôi chỉ việc cập nhật Blog ấy vào sách. Chưa kể là khi bạn viết đủ nhiều Blog thì sau này việc tổng hợp lại thành sách sẽ rất đơn giản.

Tuyệt chiêu #2 - Viết theo từ khóa

Hãy hình dung nếu bạn viết một bài rất hay, mà không có ai biết đến thì thật đáng buồn phải không? Nhiều bạn hỏi tại sao Fususu có nhiều bài viết lên được Top Google vậy, từ "tự xuất bản sách", cho tới "cách nhớ số Pi", rồi "cách luyện nghe tiếng Anh khi ngủ", v.v... thì bí quyết rất đơn giản.

Bên cạnh việc cập nhật thường xuyên tối thiểu một Blog một tuần, và đảm bảo độ dài cả ngàn chữ, thì còn một bí quyết nữa. Đó là mỗi Blog của tôi luôn có một từ khóa dài 5-10 chữ, được lặp lại một cách khéo léo trong bài viết từ 15-20 lần.

Đây là một chiến thuật xưa cũ, nhưng cho dù Google có thay đổi thuật toán tìm kiếm bao nhiêu năm qua, tôi vẫn thấy nó hiệu quả. Thay vì chọn từ khóa chung chung "cách nhớ nhanh", bạn chọn từ khóa dài và cụ thể hơn "cách nhớ mã morse bằng hình ảnh"; Thay vì chọn từ khóa chung chung "cách học giỏi" thì bạn chọn "cách học giỏi môn Văn", v.v...

Người ta lên Google thường là để tìm một câu trả lời cho một câu hỏi rất cụ thể. Nên nếu chủ đề của bạn quá chung chung, thì tất nhiên bạn sẽ phải cạnh tranh với cả trăm ngàn trang Web khác. Cho dù bạn có may mắn được ai đó ghé thăm Blog, thì sẽ khó mà gây ấn tượng cho họ với một chủ đề chung chung.

Do vậy, trước khi đăng Blog, bạn hãy chỉnh sửa một lần nữa. Hãy đảm bảo trong đó phải có ít nhất một từ khóa dài được lặp lại nhiều lần, đặc biệt trong vòng 300 chữ đầu tiên. Điều này sẽ giúp cho độc giả tìm được ra bạn trên Google, và bạn sẽ có thêm độc giả mới mỗi ngày mà không mất chi phí quảng cáo.

Tuyệt chiêu #3 - Kết nối khéo léo

Sau khi đọc xong Blog của bạn mà thấy hay, chắc chắn độc giả sẽ có nhu cầu tìm hiểu thêm. Đây là lúc tuyệt vời để bạn xin thông tin liên hệ và kết nối với họ.

Tôi thấy rất nhiều Web khi vừa vào một cái, là họ cho nhảy lên một bảng thông báo xin Email. 99% tôi sẽ tắt nó và đọc tiếp, hoặc tệ hơn là thoát luôn khỏi trang Web đó. Nhiều trang khác thì lịch sự hơn, họ đặt phần xin thông tin liên hệ này đâu đó tận cuối trang để độc giả chủ động tìm tới.

Theo nghiên cứu, thì cả hai cách này đều không tối ưu, và bạn sẽ mất đi rất nhiều độc giả tiềm năng. Vậy làm sao để cân bằng? Dưới đây là 3 cách để bạn thu thập thông tin độc giả khéo léo thông qua Blog.

(1) Hiện thông báo sau X giây: Bạn cài Google Analytics và xác định thời gian trung bình độc giả ghé thăm là khoảng 2 phút, vậy thì bạn để tầm sau 65 giây, tự động hiện lên thông báo xin Email tặng quà.

(2) Tặng quà trong hoặc cuối Blog: Thay vì để hiện lên thông báo phiền nhiễu, bạn hãy biến việc để lại Email trở thành một phần trong bài viết. Nếu Google “Bị mất ngủ thì làm gì Fususu”, bạn sẽ thấy tôi tặng Audio hướng dẫn ngủ ngon, đổi lại lấy Email của độc giả ngay giữa bài viết.

(3) Hiện thông báo khi thoát trang: Có nhiều Plugin Wordpress cho phép bạn xác định khi nào họ có ý định thoát khỏi trang. Lúc này một thông báo hiện lên với món quà tặng hấp dẫn, sẽ giúp bạn thu thập được thêm khá nhiều Email độc giả.

Tất nhiên còn nhiều cách khác như: Ẩn một phần nội dung Blog và phải điền Email thì mới hiện; Rủ độc giả tham gia vòng quay may mắn với quà tặng giá trị lớn; Tổ chức các chương trình Giveaway v.v... Song trên đây là ba cách tôi hay sử dụng nhất, với kết quả

đem lại bền vững nhất.

Tuyệt chiêu #4 - Kết nối liên tục

Giả sử là bạn đã có trong tay Email của độc giả, và bạn lập tức gửi Email giới thiệu sách, tặng mã giảm giá mua sách, v.v... thì tôi dám cá là rất nhiều người sẽ đánh dấu Spam cho Email bạn gửi.

Vậy làm sao để kết nối với họ bền lâu?

Bạn hãy làm giống nhà vô địch Craig Valentine.

Ông tạo ra chuỗi 52 mẹo thuyết trình, mỗi tuần gửi một mẹo cực hay để giữ kết nối và tạo thói quen mở Email cho độc giả. Nếu mở ra, bạn sẽ thấy Email ông viết không có gì khác, ngoài việc thuyết phục độc giả đọc và sử dụng mẹo đó.

Thử tưởng tượng xem nếu cả năm liền bạn liên tục cho đi mẹo hay như vậy, thì nói thật là khó có độc giả nào cưỡng lại được việc phải ủng hộ bạn một thứ gì đó sau này. Nếu không là mua sản phẩm của bạn, thì cũng là chia sẻ thông tin về bạn cho người thân. Đến giờ trong các buổi chia sẻ của mình về thuyết trình, tôi vẫn hay giới thiệu khán giả tới trang 52 mẹo đó của Craig Valentine.

Vì đối tượng độc giả và chủ đề trên Blog của tôi khá đa dạng, nên tôi có tới 5 Series Email:

(1) Mỗi tuần gửi một câu nói hay.

(2) Mỗi tuần gửi một mẹo học tiếng Anh.

(3) Mỗi tuần gửi một thói quen tốt.

(4) Mỗi tuần gửi một mẹo luyện trí não.

(5) Mỗi tuần gửi một mẹo thuyết trình.

Tôi đã thiết kế Website của mình đủ thông minh để xác định tùy

lúc độc giả đọc Blog nào, để lại Email ở trang nào, mà cho họ tham gia chuỗi Email hằng tuần tương ứng. Khi họ đọc Email đó mà thấy thích, chắc chắn họ sẽ tìm hiểu thêm các bài viết khác cũng như cuốn sách liên quan của tôi.

▪

Hãy liên tục cho đi những thứ quý giá, và chắc chắn sẽ có nhiều thứ giá trị hơn nữa để bạn có thể cho đi. Liên tục kết nối với độc giả, và độc giả chắc chắn sẽ đáp lại sự nhiệt tình của bạn.



Chìa khóa #6 - Đưa sách lên “sàn”

Chìa khóa #6

Đưa Sách Lên “Sàn”

Ngày xưa để bán sách, có thể bạn sẽ phải bê cả tấn sách lên xe ba gác, kéo tới các nhà sách và cầu xin họ cho mình ký gửi sách ở đấy. Còn bây giờ, bạn không cần phải vất vả như vậy. Người người nhà nhà kinh doanh Online, bạn có thể bán sách trên mạng ngay cả khi đang ngủ!

Có nên sử dụng Facebook?

Bạn có thể lập Fanpage và bắt đầu học cách quảng cáo Facebook. Tuy nhiên, với tôi thì Facebook chỉ là một công cụ để lan truyền thông tin (và thường có tính giải trí cao), chứ không nên là “đại bản doanh” của bạn. Bởi vì:

(1) Facebook có thể thay đổi chính sách bất cứ lúc nào nên bạn không thể làm chủ 100% mọi thứ như ý mình muốn.

(2) Với hàng tỉ người tham gia, hàng triệu người bán hàng thì nó không khác nào một cái chợ. Bạn sẽ không muốn sản phẩm tri thức chất lượng cao của mình cạnh tranh với cả ngàn người Livestream bán quần áo, phụ kiện, thậm chí cả tã lót trẻ em.

(3) Bạn thử nghĩ xem mình hay lên Facebook để làm gì? Để giải trí hay để tìm kiếm thông tin. Hầu hết mọi người lên đó là để giải trí, chỉ có một số ít là tìm kiếm thông tin tích cực, hoặc theo dõi một ai đó mà họ yêu quý.

Nếu bạn vẫn muốn dùng Facebook để bán sách, thì tôi khuyên bạn vẫn phải có Blog, rồi bạn có thể chạy quảng cáo Facebook, tặng Ebook và thu thập Email của độc giả vào hệ thống của bạn. Tất nhiên là lúc đó bạn sẽ phải chủ động cả vấn đề ship sách cho khách nữa, khá mệt phải không?

Có một chiến thuật đơn giản, có thể đem lại kết quả bền vững, mà chi phí cũng phải chăng hơn. Đó là bạn đưa sách lên các sàn thương mại điện tử có chuyên mục bán sách.

Làm sao đưa sách lên "sàn"?

Tôi vẫn còn nhớ một ngày đẹp trời cách đây hơn 10 năm, đó là lần đầu tiên tôi đặt mua bộ sách phát triển bản thân Vị Giám Đốc Một Phút từ trang Tiki. Chỉ sau một ngày mà sách đã về trên tay, được gói ghém kỹ càng, cảm giác thật là thích.

Từ đó tới nay, tôi thường mua sách trên Tiki, và hay để ý phần Top 100 sách bán chạy. Hiện Tiki đã mở rộng không chỉ bán sách, mà còn bán vô vàn thứ khác, song rất nhiều độc giả vẫn tin tưởng và chọn Tiki làm địa chỉ mua sách Online hàng đầu.

Điều thú vị là bạn có thể mở một gian hàng trên Tiki. Đơn giản là bạn lên trang chủ, kéo xuống cuối cùng, để ý chữ hợp tác với Tiki và tạo tài khoản. Sau đó, bạn sẽ được hướng dẫn từng bước trở thành nhà bán. Rồi bạn tạo sản phẩm, nhập sách lên kho Tiki và khi có người mua, Tiki sẽ giao hộ bạn.

Cách này bạn sẽ không chỉ nhẹ nhàng trong việc Ship, mà nếu sách của bạn bán chạy, nó sẽ được lên Top. Lúc ấy bạn có thể chụp ảnh màn hình và công bố mình trở thành tác giả sách bán chạy như tôi viết trên Blog, thật tuyệt phải không?

Tất nhiên là việc bạn đăng sách lên Tiki không có nghĩa là sách bán được ngay. Bạn phải nỗ lực PR để sản phẩm lên top. Sau đó nếu sách của bạn tiềm năng, có thể sẽ có bộ phận Tiki Trading liên hệ để đặt sách của bạn, và tích cực bán hộ bạn!

Việc duy nhất bạn cần làm, và nên làm, là viết thật nhiều nội dung để PR cho sách, kết nối với độc giả. Còn mọi thứ liên quan tới Ship sách, bạn nên để các đơn vị khác (hoặc thuê một ai đó lo cho bạn).

Đưa vào nhà sách thì sao?

Thông thường nếu bạn không nổi tiếng, hoặc không có một công ty phát hành đảm bảo thì việc đưa vào nhà sách sẽ khá khó khăn. Suy cho cùng, tri thức giá trị tới mấy thì bạn cũng phải chấp nhận một sự thật:

Đây cũng là một lĩnh vực kinh doanh. Các nhà sách luôn nhắm tới những cuốn sách tiềm năng, dễ bán, và chắc chắn có thể mang lại lợi nhuận cho họ.

Đó là lý do sau khi sách lọt Top bán chạy Tiki, tôi liên hệ một nhà sách lớn là nhà sách Phương Nam. Lúc ấy, tôi đơn giản là nhờ thư ký cầm sách lên văn phòng gặp họ để đặt vấn đề, và bạn đoán được điều gì xảy ra rồi. Họ không có lý do gì để từ chối. Khoảng một tuần sau, sách của tôi bắt đầu xuất hiện trên kệ sách của họ trên khắp toàn quốc.

Chỉ có một nhược điểm là các nhà sách thường khá bận rộn, nên bạn sẽ phải tích cực “đòi nợ” họ, nếu không họ có thể sẽ quên không gửi tiền cho bạn. Tất nhiên là ngoài những nhà sách lớn, bạn cũng có thể tới đặt vấn đề với các hiệu sách nhỏ hơn và xin ký gửi sách ở đó.

Cho dù trên sàn hay nhà sách, thì sẽ đều có một nhược điểm. Đó là bạn sẽ khó mà có được ngay thông tin Email của độc giả như là bạn kết nối trực tiếp với họ thông qua Blog của bạn.

Tuy thế, không có gì là không thể.

Mẹo nhỏ là ở cuối sách, trên bìa sách, hoặc hiệu quả nhất là bạn in riêng một phiếu quà tặng đính kèm, bạn đặt mã QR hoặc Link dẫn tới một trang quà tặng hấp dẫn, buộc độc giả phải điền Emai để nhận. Bằng cách ấy, dù sách của bạn ở đâu, bạn luôn có thể kết

nối với độc giả.

Đầu tư vào quảng cáo?

Có một sự thật là bạn đang sống trong thời "loạn" thông tin. Nội dung trôi nổi trên mạng nhiều tới nỗi bất cứ ai cũng có thể Google, dành một vài tuần để tổng hợp thành một cuốn sách với cái tên hấp dẫn hơn cuốn sách bạn dày công thiết kế.

Chưa biết nội dung sách họ ra sao, nhưng nếu họ biết cách chạy quảng cáo hiệu quả, thì có thể họ vẫn bán chạy hơn bạn. Do đó, dù bạn đưa sách lên sàn hay đưa vào nhà sách, thì bạn vẫn cần phải có chiến lượng quảng bá sách hiệu quả. Nếu không thì nó sẽ mãi mãi nằm trên kệ, hoặc trong kho sách của bạn mà thôi.

Làm sao quảng cáo hiệu quả?

Đó là một chủ đề rộng lớn mà người ta có thể làm ra hàng trăm khóa học, chưa kể là hàng ngàn chuyên gia sẵn sàng tư vấn cho bạn với mức giá trên trời.

Cá nhân tôi thấy mỗi sản phẩm sẽ có một chiến lược khác nhau, tùy vào nội dung cũng như thế mạnh của bạn. Sau một thời gian thử nghiệm nhiều cách, từ chạy quảng cáo Facebook, Google, cho tới bỏ cả chục triệu thuê Youtuber làm Clip giới thiệu, v.v.. tôi mới tìm ra được cách hiệu quả với mình.

Đó là sau khi đưa sách lên Tiki, tôi chạy quảng cáo ngay trên đó. Vì sao?

(1) Những người lên Tiki hay một sàn thương mại điện tử nào đó, họ luôn có tâm thế mua sắm sẵn rồi. Nên nếu bạn chạy quảng cáo với đúng từ khóa, viết bài giới thiệu tốt, tỉ lệ ra đơn sẽ rất cao.

(2) Tôi đã dùng thử các hệ thống chạy quảng cáo của Shopee, Lazada và đánh giá hệ thống của Tiki dùng rất ổn, dễ dàng theo dõi và sử dụng hơn cả. Với cũng thành thật là tới giờ sau 3 lần gửi thông tin và đầy đủ giấy tờ hợp lệ và liên hệ trực tiếp, mà Shopee

vẫn chưa duyệt cho phép tôi bán sách như trên Tiki. Khi tôi hỏi thì nhiều đơn vị khác cũng gặp khó khăn này, nên tôi vẫn tin tưởng Tiki hơn.

(3) Từ xưa tới nay, Tiki khá nổi tiếng với việc đặt mua sách Online. Nên người mua thường là độc giả có tri thức, và việc họ đầu tư cho sách khá là đơn giản.

Một lần nữa tôi chia sẻ không phải để khen ngợi Tiki, mà đó là thực tế. Một đồng đầu tư cho quảng cáo một cách khéo léo trên Tiki, có thể đem lại cho bạn tới 10 đồng doanh thu.

Quá tuyệt vời phải không?

Tất nhiên, có thể sau một thời gian nữa khi các sàn cạnh tranh nhau, điều này sẽ không còn đúng nữa. Do đó, bạn hãy ra sách càng nhanh càng tốt rồi đưa lên sàn càng sớm càng tốt, trước khi chiếc chìa khóa này bị cùn, trước khi cách này hết hiệu quả bạn nhé!

Chìa khóa #7 - Phiên bản điện tử



Chìa khóa #7

Phiên Bản Điện Tử

“Anh ơi, em ở nước ngoài thì làm sao mua sách Fususu?” Đó là một câu hỏi tôi rất hay nhận được, trước khi tạo ra phiên bản điện tử

như Ebook, Audio, đặc biệt là tài khoản đọc sách Online.

Lợi ích của sách điện tử

Thật ra, sách điện tử là xu hướng của thế giới cách đây cả chục năm. Đó là một sản phẩm siêu lợi nhuận, vì bạn không mất tiền in ấn nhiều lần, bạn tạo ra một lần và có thể bán mãi mãi.

Nếu như một cuốn sách giấy có giá bìa cố định, thì sách điện tử, sách nói, bạn có thể định giá và thay đổi linh hoạt. Chưa kể là bạn có thể ghép với sách giấy, tạo thành bộ Combo với trị giá gấp nhiều lần so với việc chỉ bán sách riêng lẻ.

Tuy thế, phải mãi sau này khi tìm ra các chiến thuật hiệu quả, tôi mới quyết định bán sách điện tử.

Tại sao sách điện tử khó bán?

Nếu bạn quay trở lại những năm 2015, việc bán Ebook hay Audiobook là rất khó. Người ta chỉ nghĩ tới việc tải một Ebook về mất vài giây, mà không nghĩ tới việc bạn đã mất cả năm trời để tạo dựng. Chưa kể là chỉ cần Google tên sách kèm từ khóa “PDF” hoặc “sách nói” là bạn có thể thấy các bản Ebook lậu, hoặc sách nói không bản quyền trên Youtube.

Khoảng 6 tháng sau khi xuất bản cuốn sách đầu tay, một đơn vị bán sách điện tử đã mời tôi hợp tác để đưa sách lên sàn của họ, với cam kết công nghệ bảo mật thuộc loại tốt nhất. Tôi rất vui vì ngay khi đưa lên thì Numagician đã trở thành sách bán chạy chỉ sau cuốn sách nổi tiếng Nhà Giả Kim huyền thoại.

Chưa đầy một tháng sau, công cụ Google đã báo hung tin: Sách của tôi đã xuất hiện bản lậu, và có thể tải về miễn phí ở rất nhiều nơi.

Vậy sách điện tử có khả thi?

Hiện tại thì những thực trạng trên vẫn xảy ra, song người ta đã bắt đầu ý thức hơn rồi. Bằng chứng là các trang bán Ebook lớn vẫn tồn tại, thậm chí Google cũng đã vào cuộc và cho phép bạn bán Ebook của mình trên đó Google play.

Khi Smartphone làm cho việc đọc và nghe trên di động ngày càng phổ biến, thì người ta ngày càng coi trọng các sản phẩm tri thức hơn. Điều giúp tôi thấy khả thi hơn cả, là do tôi đã làm thử nghiệm. Nếu bạn lên trang shop.fususu.com, bạn sẽ thấy phiên bản sách điện tử của tôi có giá còn mắc hơn cả sách giấy, nhưng nhiều độc giả cả trong và ngoài nước vẫn sẵn sàng đầu tư. Vì sao?

Vì sách điện tử ngày càng phổ biến thì ranh giới giữa chúng với sách giấy càng mong manh, và thứ độc giả muốn mua lúc ấy là kết quả họ có thể đạt được với tri thức của bạn. Sách giấy hay điện tử không còn là vấn đề nữa.

Ebook có sợ bị phát tán?

Nếu bạn e ngại Ebook của mình bị phát tán, thì bên cạnh những cảnh báo bản quyền (thường là không có tác dụng), thì bạn có thể đặt câu này ở đâu đó đầu Ebook.

"Ebook này dành riêng cho độc giả đã mua bản quyền từ Fususu, nếu bạn nhận được miễn phí từ nguồn không chính chủ, hãy báo ngay cho tác giả qua Email cuối sách để nhận hậu tạ."

Và bạn đoán xem? Thi thoảng vẫn có độc giả báo cáo cho tôi về việc một nơi nào đó đăng tải Ebook lậu của mình, tôi hậu tạ độc giả đó bằng một món quà, và gửi cho bên vi phạm bản quyền một thông báo ngắn gọn.

Nội dung là đề nghị họ gỡ bỏ hoặc sửa link tải sách đã tới trang của tôi, nếu không sẽ bị kiện DCMA khiến Google sẽ phạt làm giảm thứ hạng Web của họ.

Bên cạnh đó, vì siêu lợi nhuận nên nạn sách lậu là một cuộc chiến không biết bao giờ mới đến hồi kết. Bản thân một số cuốn sách của tôi cũng đã bị làm lậu với chất lượng thấp và rao bán trên mạng.

Tuy thế, tôi cũng chỉ thông báo cho độc giả cẩn thận, và dành thời gian tập trung vào cải thiện chất lượng sách, cũng như các chương trình đi kèm, độc giả sẽ mua từ chính chủ để đảm bảo quyền lợi tốt nhất.

Tôi đã từng có nhiều độc giả mua trọn bộ sách của mình, sau khi... đọc bản Ebook lậu. Nên nếu bị phát tán thì tôi cũng chỉ mỉm cười, và tự nhủ “Wow, sách mình bị làm lậu chứng tỏ là nội dung rất hay, nên cứ coi như đó là một kênh Marketing miễn phí đi!”

Đưa sách lên sàn điện tử

Sau khi tạo xong phiên bản Ebook hoặc Audiobook cho sách của mình, bạn thể có nhiều cách để độc giả tiếp cận.

(1) Bạn xây dựng hệ thống Web bán hàng. V

Với Wordpress, chỉ cần cài Plugin Woocommere là bạn có thể biến Blog thành một trang bán Ebook hay bất cứ sản phẩm nào. Ưu điểm là bạn làm chủ hoàn toàn dữ liệu độc giả, còn nhược điểm là bạn phải biết kỹ thuật và tự PR.

(2) Bạn đưa sản phẩm lên sàn điện tử.

Amazon Kindle, Audible, Google Play Books, Apple Itunes, v.v... đều là những nơi uy tín để bạn có thể đưa tri thức của mình lên đó.

Ưu điểm cách này là sản phẩm của bạn dễ dàng tiếp cận được với lượng độc giả sẵn có trên sàn, họ lại có sẵn App nên việc đọc sách trên mọi thiết bị sẽ rất tiện lợi. Nó cũng hạn chế được rủi ro bị tải về vì các trang này đều áp dụng công nghệ chống tải (song không có gì là không thể, nên rủi ro luôn tiềm tàng).

Nhược điểm chủ yếu mà tôi thấy là chi phí và thanh toán. Chẳng hạn Google Play Books có thể sẽ thu tới hơn 50% doanh thu của bạn, còn Amazon lúc tôi viết dòng này vẫn chưa hỗ trợ chuyển khoản cho ngân hàng ở Việt Nam, nên bạn phải đi đường vòng bằng cách tạo tài khoản Payoneer để nhận.

(3) Bạn đưa lên các đối tác trung gian.

Khi tìm hiểu quy trình đưa sách lên Amazon hoặc Google Play Books, có thể bạn sẽ phải hoa mắt khi thực hiện các bước theo chỉ dẫn phức tạp, mang tính kỹ thuật cao. Chính vì thế mà có các trang trung gian ra đời, bạn chỉ cần làm theo hướng dẫn đơn giản của họ là xong. Sách của bạn sẽ được tự động đưa lên các sàn phổ biến trên thế giới.

Ưu điểm là nhanh gọn lẹ, bạn không phải lo gì cả, nhược điểm nếu có thì chỉ là bạn phải chia sẻ thêm doanh thu với các trang này mà thôi.

Cá nhân tôi trước đây khi tìm hiểu thì thấy việc đưa sách lên Amazon Kindle rất khó khăn, mà việc nhận thanh toán của họ còn phức tạp hơn nữa, nên đã dùng Smashwords.com, chỉ cần bạn tải tài liệu MS Word theo đúng định dạng, là lập tức sách của bạn sẽ xuất hiện lên hàng chục sàn bán Ebook có tiếng trên thế giới. Việc thanh toán có thể qua chuyển khoản tới ngân hàng Việt Nam, hoặc qua Paypal rất tiện.

Còn gần đây, sau khi mày mò tự đưa hết Ebook của mình lên Google Play Books, tôi không sao tìm được cách để đưa Audiobook lên đó. May quá, tôi đã tìm được trang Findawayvoices.com, chỉ sau một vài thao tác, là Audiobook tiểu thuyết đầu tay của tôi đã

có mặt trên Google Play. Hiện trên đó cũng đã có nhiều sách nói khác của tôi.

Tài khoản đọc sách cùng Fususu

Gần đây tôi không còn bán Ebook hay Audiobook riêng lẻ như ngày xưa nữa, mà xây dựng một trang Web cung cấp cho độc giả tài khoản đọc và nghe sách Online rất tiện lợi.

Với tài khoản này, họ không chỉ được giao lưu với độc giả khác, mà họ còn có thể comment ở từng trang và nhận giải đáp từ tôi. Khi ấy, sự kết nối giữa bạn và độc giả không chỉ gia tăng, mà độc giả sẽ còn dễ dàng tiếp cận được với nhiều cuốn sách và chương trình khác của bạn nữa.

Nếu đã có Blog dùng nền tảng Wordpress, bạn chỉ cần cài thêm Plugin cho phép tạo môi trường học tập như Learnpress là có thể làm được điều tương tự như tôi. Bạn có thể tham khảo chi tiết về dạng tài khoản này bằng cách Google từ khóa “Thói quen đọc sách Fususu.”

Cá nhân tôi rất thích tài khoản đọc sách, song một số độc giả phản hồi họ thích bản Ebook và Audiobook dạng tải được về máy để đọc khi không có mạng, nên tôi vẫn duy trì chúng trên Google Play Books cho các độc giả nào cần.

Một lần nữa hãy nhớ thế giới càng đổi thay, thì bạn cũng cần phải thay đổi. Đừng ngại công nghệ, hãy tạo ra các sản phẩm điện tử cho sách của bạn và cho chúng xuất hiện trên các sàn có uy tín, hoặc thậm chí tự tạo kênh bán riêng của bạn.

Điều này sẽ không chỉ làm người đọc sung sướng hơn, mà còn gia tăng uy tín cho cuốn sách của bạn khi xuất hiện trên các sàn có tiếng nữa đấy!

Chìa khóa #8 - Review 5 sao chất lượng thực tế



Chìa khóa #8

Review 5 Sao

Chất Lượng Thực Tế

Nếu bạn lên Tiki và tìm từ khóa Fususu, bạn sẽ thấy các cuốn sách của tôi nhận được hàng trăm Review 5 sao, thậm chí có cả độc giả viết dài cả trang. Với tôi thì đó là những Review chất lượng thực tế, và đáng giá hơn nhiều lần so với Review của người nổi tiếng. Vì các nguyên do sau:

(1) Không phải ai nổi tiếng thì cũng đều được mọi người yêu quý như nhau. Đôi khi sách của bạn không bán được, chỉ vì độc giả đó là Anti-fan của người nổi tiếng đã viết Review cho sách của bạn.

(2) Người ta thường có xu hướng tin tưởng những người giống mình, nên Review của những khách hàng đã mua sách thực tế, sẽ gia tăng sức mua hiệu quả hơn nhiều lần cho sách của bạn.

(3) Một Review chất lượng không phải là một Review ca ngợi sách của bạn hết lời, mà là một Review giúp người đọc đầu tư vào cuốn sách của bạn, và sau đó cảm thấy đó là một quyết định đúng đắn.

Do vậy, nếu bạn không biết cách sử dụng và tạo ra các Review hợp lý thì sẽ không chỉ tạo kỳ vọng ảo, mà còn làm cho độc giả cảm thấy cuốn sách của bạn xa cách hơn với họ.

Thế nào là Review chất lượng

Những Review hay, thật ra không phải là càng dài càng tốt, hay càng ca ngợi cuốn sách của bạn càng tốt, mà quan trọng là độc giả nêu lên được một kết quả cụ thể họ đạt được sau khi đọc sách của bạn, hoặc là chia sẻ cảm xúc cụ thể khi hóa giải được một băn khoăn khúc mắc nào đó bấy lâu nay.

Chẳng hạn bạn có thể so sánh ba Review sau:

1) Sách rất đẹp, nội dung rất tuyệt ạ!

2) Sau khi đọc Numagician, em đã nhớ được 1000 số Pi và việc học trở nên dễ dàng hơn bao giờ hết.

3) Trước khi đọc cuốn Thay Thói Quen Đổi Cuộc Đời, tôi luôn băn

khoăn tại sao mình cứ thay đổi chỉ được mấy hôm rồi lại thôi. Đọc xong chương đầu tiên đã giúp tôi hiểu nguyên nhân khoa học đằng sau đó. Tôi cảm thấy mình như được tới một chân trời mới vậy!

Hãy nhớ, độc giả của bạn mua câu chuyện, mua kết quả mà họ có thể nhận được. Do vậy, một Review với kết quả hoặc cảm xúc rất cụ thể nào đó, thường sẽ có tính thuyết phục hơn nhiều một Review ca ngợi chung chung.

Để có những Review chất lượng, bạn cần phải chủ động gợi ý cho độc giả chia sẻ với các câu hỏi sau:

Trước khi đọc bạn gặp khó khăn gì?

Sau khi đọc bạn có kết quả nào thú vị?

Điều bạn tâm đắc nhất trong sách là gì?

Làm sao để có Review 5 sao?

Nói thật là hiện giờ ai cũng bận rộn, việc họ mua và đọc sách của bạn đã là may mắn. Việc độc giả tự để lại Review sau khi mua sách sẽ càng hiếm. Nếu chất lượng sản phẩm tốt trên các sàn thương mại điện tử, thường bạn sẽ chỉ nhận được những Review 5 sao ngắn gọn, thậm chí không có nội dung.

Vậy làm sao để có những Review hay?

Một bí quyết tôi vẫn làm với các cuốn sách mới đưa lên Tiki, đó là kèm theo một phiếu quà tặng. Khi độc giả vào đường link trên phiếu để nhận quà, tôi không chỉ có ngay Email của họ, mà còn có thể khuyến khích họ để lại Review cho sách theo câu hỏi định hướng để nhận thêm quà hấp dẫn hơn.

Bên cạnh đó, giờ ai cũng có Facebook, và nhiều doanh nghiệp còn coi đó là kênh để họ tìm hiểu ứng viên trước khi ra quyết định. Do vậy, ngoài Review trên các sàn, thì bạn cũng có thể nhờ độc giả chụp hình sách, Inbox qua tin nhắn Facebook để nhận quà, rồi

chụp màn hình cảm nhận của họ.

Nói chung, con người ngày càng lười, nên bạn càng phải tích cực khuyến khích độc giả để lại Review bằng quà tặng hấp dẫn. Số lượng làm nên chất lượng, bạn càng khuyến khích độc giả trả lời các câu hỏi gợi ý bên trên, bạn sẽ càng có nhiều Review hay.

Xin Review từ độc giả lâu năm

Bạn sẽ tin ai hơn?

(1) Một người mới mua sách và nói nó rất hay?

(2) Một người đã đọc nó vài tháng, thậm chí vài năm rồi nói nó đã giúp họ có kết quả tuyệt vời.

Tất nhiên là Review của một người mua sách đã lâu và áp dụng, chắc chắn sẽ có tính thuyết phục cao hơn là của một độc giả mới. Đó là lý do việc có được thông tin liên hệ của độc giả là cực kỳ quan trọng.

Gần đây, khi ra mắt phiên bản sách điện tử trên Google Play, tôi đã thực hiện một chiến dịch. Dù rất tốn công sức để tạo ra các Ebook này, song tôi đã gửi Email cho các độc giả trước đây để tặng họ hoàn toàn miễn phí, với điều kiện rất đơn giản: Họ để lại một Review về sách. Bạn đoán xem, tôi đã không chỉ có thêm rất nhiều Review 5 sao, mà thậm chí còn có những độc giả mua luôn phiên bản mới trên Google Play để ủng hộ!

Tỉ phú Brian Tracy từng nói: “80% doanh thu của thường đến từ 20% khách hàng trung thành nhất.”

Hãy thường xuyên kết nối với độc giả của bạn qua Email, Facebook Group hoặc các buổi chia sẻ Online, Offline. Tặng quà kỉ niệm cho họ sau 3 tháng, 6 tháng, thậm chí sau một vài năm theo dõi bạn. Đặc biệt nếu bạn biết được sinh nhật họ, cũng đừng ngại tặng những món quà giá trị nhân dịp ấy!

Cách này không chỉ giúp bạn giữ chân độc giả, biến họ thành khách hàng trung thành cho mọi cuốn sách mới của bạn sau này, mà còn giúp bạn có được những Review 5 sao để chắp cánh cho sách của bạn!

Xử lý Review xấu

Không có gì là hoàn hảo cả. Khi đưa sách lên các sàn như Tiki để đón nhận các Review thực tế, thì bên cạnh việc nhận được Review tích cực, thi thoảng bạn sẽ dính cả những Review 1 sao tối om với lý do trên trời. Có thể là do đồng chí shipper làm khách cáu, sách bị rách do quá trình vận chuyển và lưu kho, hoặc đôi khi khách chấm bạn 3 sao chẳng rõ lý do, v.v...

Đó là một hoàn cảnh, và 90% kết quả sau đó phụ thuộc vào cách bạn phản ứng với nó ra sao mà thôi. Hầu hết mọi người ai cũng sẽ muốn khoe vẻ đẹp và che giấu khuyết điểm. Họ đã quên mất rằng thứ đẹp nhất thật ra nằm trong cách phản ứng của chúng ta với hoàn cảnh ấy.

Nếu bạn gặp những Review chưa tích cực như vậy thì thay vì buồn bực, hãy sẵn sàng trả lời những Review đó với thái độ tích cực nhất có thể, kèm theo giải pháp cụ thể cho độc giả. Khi ấy, những độc giả khác nếu có nhìn thấy, thì họ cũng sẽ tin tưởng bạn hơn, vì bạn đã không bỏ rơi độc giả của mình khi họ gặp khó khăn.

Sách bị dơ, bị rách, bị lỗi?

Đừng ngại đổi cho họ.

Họ chê sách không hay, khó áp dụng?

Đừng ngại cảm ơn và xin thêm phản hồi xem chưa hay chỗ nào, khó áp dụng chỗ nào để cải thiện trong sách tái bản sắp tới.

Họ nói dịch vụ kém, và mọi lý do trên trời khác...

Hãy cứ xin lỗi, cảm ơn và nói họ liên hệ với bạn để tìm cách khắc

phục hiệu quả nhất.

Hãy nhớ, nếu bạn chinh phục được trái tim của những độc giả khó tính nhất, thì những độc giả dễ tính hơn chỉ là chuyện nhỏ.

Tin tôi đi, thường khách hàng khó tính nhất, lại chính là những khách hàng tiềm năng nhất. Vì một khi họ đã tin tưởng bạn, họ không chỉ trung thành mà còn rất tích cực giới thiệu bạn đến với bạn bè họ. Bạn nghĩ mà xem, người thân họ sẽ nghĩ gì?

"Khó tính như người đó mà còn tin cuốn sách này, thì chắc chắn là nó đáng mua rồi!"

▪

Một lần nữa, hãy chủ động khuyến khích độc giả để lại Review cho bạn, và xử lý tích cực mọi Review không tích cực. Bạn sẽ thấy cuốn sách của mình ngày càng xuất hiện nhiều hơn ở khắp các tủ sách!



Chìa khóa #9 - Đừng dừng lại ở một cuốn sách

Chìa khóa #9

Đừng Dừng Lại

Ở Một Cuốn Sách

Trong quá trình học cách thuyết trình cuốn hút, tôi đã biết tới Craig Valentine, nhà vô địch thuyết trình thế giới năm 1999. Điều làm tôi ấn tượng nhất là ông đã tạo ra một chuỗi Email 52 tuần, mỗi tuần tặng bạn một mẹo thuyết trình độc đáo.

Điều đặc biệt là dù nhận được các mẹo ấy hoàn toàn miễn phí, nhưng nó đã giúp tôi cải thiện bài nói của mình rất nhiều so với những mẹo có phí ở nơi khác, và có sự tiến bộ vượt bậc trong sự nghiệp. Nên tôi tuyệt đối tin tưởng ông, và bạn biết điều gì xảy ra rồi đấy.

Sau đó tôi đã đầu tư 200k để mua Ebook World Class Speaking của ông trên Amazon. Nhờ tư duy của những nhà vô địch trong sách, mà tôi không chỉ cải thiện kỹ năng thuyết trình, mà kỹ năng viết lách cũng lên tay rất nhanh chóng.

Năm 2020, tôi tiếp tục đầu tư 60 triệu để tham gia khóa học World Class Speaking Coach của ông. Nhờ đó, tôi đã hiểu rõ được rất nhiều ngóc ngách trong thuyết trình mà trước đây mình chưa hề biết.

Gần đây, sau khi tham gia một buổi Zoom của Craig, dù đã đầu tư hàng chục triệu trước đó, tôi vẫn đầu tư thêm gần 10 triệu để sở hữu toàn bộ khóa học của ông trên trang

CraigValentineAcademy.com.

Thực sự Craig đã giúp tôi gặt hái những kết quả tuyệt vời, ông đã một lần nữa thay đổi tư duy của tôi về việc kinh doanh tri thức. Với tôi thì Craig không chỉ là nhà vô địch diễn thuyết, ông còn là nhà vô địch bán hàng.

Nếu như đã mua và sử dụng một sản phẩm của ông, tôi đảm bảo bạn sẽ muốn mua hết những gì còn lại, thậm chí còn hóng ông ra sản phẩm mới. Bên cạnh việc áp dụng SWAP, thì một bí quyết của Craig là tạo ra sự liên kết mạnh mẽ giữa các sản phẩm.

Biến sản phẩm thành công cụ Marketing

Chẳng hạn, nếu bạn tham gia khóa Create Your Killer Keynote (Tạo Dựng Bài Nói Đốn Tim Khán Giả), thì tới cuối bạn được Craig tặng thêm mã ưu đãi đặc biệt để mua khóa Storytelling Secrets (Bí Mật Kể Chuyện Hút Hồn).

Tất nhiên là trong quá trình học khóa Keynote, Craig đã SWAP rất khéo léo để bạn không thể cưỡng lại được việc mua khóa Storytelling ở cuối. Kỹ thuật liên kết khéo léo này giúp cho Craig không mất quá nhiều chi phí Marketing, vì mỗi sản phẩm của ông trở thành một công cụ Marketing cho sản phẩm khác.

Craig nói với tôi rằng, “Khi bạn đã tung ra một sản phẩm mà bạn không tính trước sản phẩm tiếp theo, là bạn đang lãng phí cả một gia tài. Bạn sẽ tốn rất nhiều chi phí Marketing cho chúng sau này, chưa kể là sẽ làm độc giả thất vọng, vì họ sẽ tự hỏi: Tôi muốn học tiếp mà không còn nữa ư?”

Đó là lý do sau khi viết xong cuốn Numagician đầu tiên để giúp độc giả đánh thức phù thủy trí nhớ, tôi viết tiếp hai cuốn truyện nhỏ tiếp theo giúp họ kích hoạt trí tưởng tượng mạnh mẽ, hỗ trợ cho việc rèn luyện trí nhớ. Rồi sau này là cuốn Bật Đèn để cho họ thấy cách các nhân vật trong truyện áp dụng Numagician như thế nào. Hiện có nhiều độc giả quan tâm tới rèn luyện trí nhớ, họ sẽ

mua luôn Combo trọn bộ cả 4 quyển đó cùng với tài khoản đọc sách Online.

Vậy thì...

Cuốn sách tiếp theo của bạn là gì?

Tất nhiên, việc tạo ra một cuốn sách rất kỳ công. Có thể là bạn sẽ chưa thể hoàn thành cuốn sách tiếp theo trong khi cuốn sách đầu tiên còn đang dang dở. Tuy vậy, bạn hoàn toàn có thể giới thiệu ý tưởng về cuốn sách tiếp theo cho độc giả trong cuốn sách hiện tại của mình, và coi đó là một lời hứa mình cần hoàn thành.

Bạn có để ý khi đọc cuốn sách này, tôi có đề cập tới nghệ thuật kể chuyện và hẹn gặp bạn trong một cuốn sách khác không? Kể cả chưa có ý tưởng về sách mới, bạn hoàn toàn có thể giữ mối quan hệ với độc giả như vậy, và thông báo cho họ khi bạn sắp ra sách.

Nếu mở trang cuối các cuốn sách của tôi, bạn thường sẽ đều thấy mã QR hoặc đường link để lại Email nhận quà hấp dẫn. Điều này giúp bạn nhanh chóng xây dựng danh sách độc giả, dù cuốn sách có xuất hiện ở Tiki, nhà sách, hay kể cả... trang bán sách lậu nào đó, thì bạn cũng vẫn sẽ kết nối được với độc giả của mình.

Trong trường hợp bạn có khá nhiều ý tưởng về các cuốn sách tiếp theo, thì bạn cũng sẽ không muốn độc giả có cảm giác đọc sách mà toàn là quảng cáo sách khác đâu. Do đó, bạn cần làm chủ một kỹ thuật trong SWAP để giới thiệu chúng một cách khéo léo, khiến độc giả hào hứng mong chờ.

Nghệ thuật Đ.T.T

Bạn có muốn độc giả của bạn khi đọc sách không chỉ hào hứng,

mà nhiều lúc còn bật cười sung sướng không? Nhưng đã bao giờ bạn kể chuyện cười, mà người cười duy nhất là bạn chưa?

Tôi đã từng lên sân khấu kể một câu chuyện cười sưu tập trên mạng với hi vọng tạo ra sự hứng thú cho khán giả, để họ có thể lắng nghe thông điệp của tôi sau đó. Khi khán giả không cười, tôi bối rối và không biết phải làm gì tiếp theo. Đầu không xuôi thì đuôi khó lọt, buổi thuyết trình đã thất bại thảm hại.

Đây cũng là một sai lầm phổ biến của hầu hết các diễn giả, mà Craig Valentine gọi là “Lòng vòng hài hước”. Thay vì dẫn khán giả tới thông điệp, và chọc cười họ trên chuyến hành trình, tôi đã dẫn họ đi vòng với những mẩu chuyện cười và thất lạc khán giả.

Đừng cố hài hước, hãy khai quật tiếng cười!

Sự hài hước luôn nằm ở đó, luôn nằm trong thông điệp của bạn, luôn nằm trong câu chuyện mà bạn dùng để minh họa cho thông điệp ấy. Để khai quật hài hước, hãy lưu ý hai câu hỏi này:

(1) Trong câu chuyện, nhân vật đã nói gì, hoặc có thể có những suy nghĩ nào hài hước?

(2) Có cách nào để diễn đạt thông điệp của bạn một cách hài hước và ngắn gọn hơn không?

Đó là hai câu hỏi giúp bạn khai quật hài hước trên con đường dẫn khán giả tới thông điệp. Dù không cười thì họ cũng sẽ tới được thông điệp, và bạn sẽ không bao giờ “thất lạc” khán giả của mình.

Để giúp bạn hiểu chi tiết cách làm, cũng như khám phá hơn 30 công cụ để khai quật tiếng cười từ các nhà vô địch, không chỉ áp dụng trong thuyết trình, mà còn dùng được cả trong viết lách, tôi đang lên kế hoạch cho cuốn TNT - Nghệ Thuật Khai Quật Hài Hước Từ Nhà Vô Địch.

Vì bạn đã đọc sách của Fususu, nên bạn hãy nhớ để lại thông tin ở cuối sách để nhận mã ưu đãi đặc biệt khi sách ra lò nhé!

Bạn muốn đọc cuốn sách đó?

Nếu có, thì tôi vừa mới sử dụng Đ.T.T, một bí quyết ba bước giúp bạn biến cuốn sách hiện tại, trở thành công cụ PR khéo léo, giúp độc giả muốn "Đầu Tư Tiếp" cho cuốn sách tiếp theo hoặc sản phẩm khác. Hãy cùng phân tích ví dụ bên trên.

Chữ Đ: Đau

Bạn còn nhớ câu đầu tiên tôi hỏi là gì không? Nếu không nhớ, bạn hãy lật lại để xem. Bạn sẽ thấy tôi hỏi xoáy vào nỗi đau:

Độc giả không hào hứng.

Kể chuyện cười mà không ai cười.

Sau đó tôi còn kể câu chuyện thất bại của bản thân, để làm cho nỗi đau ấy thêm xót xa.

Bước đầu tiên của công đau Đ.T.T là chữ Đ, là đau. Bạn cần xoáy vào nỗi đau nào đó của độc giả, để từ đó bạn có thể giúp họ ở bước tiếp theo.

Chữ T: Tại sao

Sẽ thật là tệ hại, nếu bạn "đâm" ai đó rồi bỏ chạy. Sau khi xoáy vào nỗi đau nào đó của độc giả, bạn cần phải giúp họ xoa dịu nỗi đau ấy bằng cách giải thích nguyên do khiến họ bị đau.

Nếu đọc kỹ ví dụ trên, bạn sẽ thấy tôi giải thích lý do tại sao nhiều người cố gắng hài hước trên sân khấu nhưng không ai cười. Đó là vì họ không biết khai quật tiếng cười vốn có, mà cố thêm vào sự hài hước và khiến bài nói trở nên mất tự nhiên. Khi ấy, họ trở thành một diễn viên hài thảm hại, thay vì một vị diễn giả lôi cuốn.

Sau đó tôi còn bật mí hai câu hỏi cực kỳ đắt giá, giúp bạn khai quật tiếng cười trong bài nói. Khi bạn giải thích lý do, thậm chí bạn cho đi một ít "thuốc" miễn phí mà giá trị như vậy, thì khó có ai có thể "nỡ lòng" nghĩ rằng bạn đang bán hàng. Lúc này bạn có thể thực hiện bước tiếp theo.

Chữ T: Thuốc

Giống như bạn đi khám bệnh, sau khi bác sĩ chỉ cho bạn nguyên nhân căn bệnh và một vài cách khắc phục tự nhiên nào đó như thể dục hay ăn uống điều độ, thì để phục hồi nhanh hơn bạn sẽ được kê đơn thuốc.

Bạn còn nhớ trong ví dụ trên, "thuốc" tôi đã kê cho bạn là gì chứ?

Vâng, tận 30 loại, và các loại này đều được các nhà vô địch thuyết trình uống thường xuyên, giúp khán giả cười không ngớt từ đầu tới cuối trong bài nói, và đặc biệt bạn cũng có thể áp dụng trong viết lách. Wow, thật là tuyệt phải không?

Ở bước T này, bạn có thể giới thiệu cuốn sách khác của bạn sẽ giúp độc giả "chữa trị" hoàn toàn nỗi đau đó. Nếu bạn chưa hoàn tất cuốn sách thì có thể làm tương tự như tôi. Bạn khuyến khích độc giả đọc tới cuối và để lại thông tin, nhận mã quà tặng khi sách ra lò trong tương lai.

▪

Tóm lại, đừng chỉ dừng ở một cuốn sách.

Đôi khi hầu hết mọi người không viết xong nổi một cuốn sách, đơn giản là trong đầu họ chỉ có mục tiêu là... viết một cuốn sách duy nhất. Nếu bạn đặt mục tiêu viết 10 cuốn sách, thì việc viết xong cuốn sách đầu tiên chắc chắn sẽ là chuyện hiển nhiên!

Hãy viết thật nhiều sách, kết nối chúng với nhau bằng Đ.T.T, và bạn sẽ không chỉ có nhiều sách hơn, mà sẽ còn có nhiều độc giả hơn nữa!



Hỏi SUNG đáp SƯỚNG

Hỏi

Sung

Đáp

Sướng

Trước khi đến với hòm kho báu cuối sách, hãy cùng giải đáp một số băn khoăn, để bạn có thể yên tâm áp dụng hiệu quả các kiến thức trong sách.

Hỏi: Nếu "xây sách" theo cách này,

liệu có bó buộc và mất cảm xúc?

Tôi đồng ý cảm xúc là một yếu tố quan trọng khi bạn bắt tay vào làm bất cứ điều gì. Tuy nhiên, khi độc giả cầm trên tay một cuốn sách học để giúp họ thực hiện mục tiêu nào đó, thì cảm xúc của họ khi đọc quan trọng hơn, hay cảm xúc của tác giả khi viết quan trọng hơn?

Có thể bạn nghĩ cảm xúc của tác giả sẽ ảnh hưởng tới cảm xúc độc giả, hoặc phải có cảm xúc thì mới viết được hay. Điều đó không sai, nhưng để một cuốn sách có được cảm nhận 5 sao của độc giả, thì cảm xúc độc giả phải là ưu tiên hàng đầu.

Vì sao?

Nếu bạn viết sách từ tâm, viết vì lợi ích của độc giả, thì độc giả phải là nhân vật trung tâm. Cảm xúc của họ phải là thứ quan trọng

hơn, chứ không phải của bạn! Điều đó có nghĩa là bạn phải gạt cảm xúc cá nhân sang một bên để viết sách ư?

Thực ra khi bạn áp dụng theo 7 bước xây sách, là bạn đang dùng sức mạnh toàn não bộ. Bạn dùng bán cầu não trái để tạo ra một bản thiết kế với sự logic chặt chẽ, và cũng chừa ra những khoảng trống để kích thích não phải. Lúc ấy, cảm xúc ở não phải có thể tuôn trào và lấp đầy chỗ trống bằng con chữ.

Khi viết truyện, có những lúc cảm xúc dâng trào, bạn viết một mạch có khi xong cả cuốn. Sách học thì khác, cảm xúc sẽ tới khi bạn bắt tay vào viết cụ thể từng phần trong sách để trả lời một câu hỏi nào đó. Việc cuốn sách sau đó có thể tạo cảm xúc tốt cho độc giả hay không, đòi hỏi sự kiên trì với phương pháp đúng đắn hơn là cảm xúc nhất thời của bạn.

Đó là lý do khi viết sách học, bạn cần có một tấm bản đồ, một cấu trúc chặt chẽ với những câu hỏi gợi ý đúng đắn. Từ đó, cả bạn lẫn độc giả đều sẽ đi đúng đường và tới cái đích mình mong muốn.

Hỏi: Những bí quyết trong sách này có thể áp dụng cho Blog hoặc viết báo không?

Hoàn toàn được. Bản chất cuốn sách này là giúp bạn hiểu và tập thói quen viết lách kết hợp: Cấu trúc chặt chẽ, và cảm xúc mạnh mẽ.

Khi bạn viết Blog, viết báo, hay viết bất cứ thứ gì, bạn đều cần một cấu trúc hiệu quả, sau đó mới cho phép cảm xúc tuôn trào trong cấu trúc ấy. Làm như vậy bạn sẽ tránh được tình trạng đầu voi đuôi chuột, mở đầu thì hay, nhưng càng về cuối thì càng đuối; hoặc tệ hơn là bị lan man, lạc đề.

Bạn cũng có thể coi một Blog hay bài báo là một bài thuyết trình, và tham khảo cuốn sách TNT - Bí Quyết Thuyết Trình Từ Nhà Vô Địch để biết cách làm cho nó trở nên cuốn hút người đọc hơn.

Hỏi: Làm sao để viết lách mạch lạc hơn, diễn đạt toát ý mình muốn nói?

Thật ra viết và nói cũng cùng có chung một mục đích là truyền đạt ý tưởng, sự khác biệt nằm ở phương tiện mà thôi. Câu chữ của bạn sẽ trở nên mạch lạc, rõ ràng hơn nếu như bạn giúp được người đọc hiểu được những gì bạn đang hiểu.

Nhiều người cứ nghĩ nói và viết rất khác nhau, nên trong họ luôn có một niềm tin: Nói thì dễ hơn là viết (hoặc ngược lại). Điều này bạn đã được giải thích khá kĩ ở phần 3 Hiểu Lầm, bạn có thể đọc lại, rồi luyện cách viết như nói.

Vì đã đọc tới đây, bạn sẽ được bật mí một tuyệt chiêu khác gọi là: Rào trước suy nghĩ.

Khi nói chuyện, bạn có thể tương tác với người nói. Nếu bạn nói gì đó mà cảm giác họ chưa hiểu (hoặc họ nói với bạn là họ chưa hiểu), thì bạn có thể nói lại cho rõ ý. Còn khi viết, bạn khó mà làm được điều đó, nên bạn cần có sự chuẩn bị kỹ lưỡng.

Mục tiêu của tác giả 5 sao khi viết sách, là giải đáp mọi câu hỏi xuất hiện trong tâm trí độc giả. Khi gấp sách lại, sẽ chỉ có chỉ có duy nhất một suy nghĩ, "Ồ hay quá, giờ mình đã biết phải làm gì rồi!"

Trong khi viết bản thảo lần đầu, bạn có thể nói chuyện với một ai đó về ý tưởng mà bạn đang viết. Trong khi nói chuyện với họ, hãy ghi lại những câu hỏi mà họ đặt ra, vì đó sẽ là những câu hỏi mà độc giả có thể có trong quá trình đọc sách.

Hoặc bạn cũng có thể tự làm với Google Docs với chức năng bình luận lên từng câu chữ. Trong quá trình đọc đi đọc lại, bạn hãy nghĩ xem "Độc giả có thể nghĩ gì hay băn khoăn gì khi đọc tới đây?" và để lại bình luận ở đó. Sau đấy bạn sắp xếp trả lời ngay tại đó, hoặc ở các phần sau trong sách.

Bên cạnh đấy, không có gì là hoàn hảo ngay từ đầu. Thường một câu văn mạch lạc rõ ý sẽ xuất hiện khi bạn đọc đi đọc lại, sửa đi

sửa lại rất nhiều lần. Bạn có thể tham khảo lại bước 6 và 7 trong quy trình xây sách của chúng ta.

Hỏi: Làm gì khi bí ý tưởng viết lách?

Lúc bí ý tưởng bạn nghĩ gì?

Có phải là bạn nghĩ "Viết gì bây giờ?"

Nếu bạn nghĩ như vậy, thì bạn sẽ chỉ luẩn quẩn trong bí bách mà thôi. Vì câu hỏi đã sai, thì làm sao có câu trả lời đúng?

Bí mật để thoát khỏi tình trạng bí ý tưởng, là bạn đặt ra những câu hỏi kích hoạt bộ não. Bản chất của việc viết lách liền mạch, hay ý tưởng tuôn trào là bạn liên tục đặt ra các câu hỏi và trả lời chúng.

Do vậy, thay vì hỏi "Viết gì bây giờ?" bạn hãy hỏi "Đọc đến đây, độc giả sẽ hỏi câu gì?" rồi bạn viết ra những câu hỏi và trả lời chúng giống như đã được phân tích ở trên.

Tin tôi đi, bộ não dễ dàng bị kích thích bởi những câu hỏi. Nếu bạn đặt câu hỏi đúng, bạn sẽ đào trúng mạch, và ý tưởng sẽ tuôn trào khắp nơi.

Ngoài ra, đôi khi bạn đặt ra câu hỏi nhưng không biết trả lời sao, lúc đấy mới gọi là bí thật.

Trong trường hợp này, có thể là kinh nghiệm của bạn chưa đủ, tri thức của bạn còn thiếu sót điều gì đó. Hãy đọc thêm, học hỏi thêm, nghiên cứu thêm, trao đổi với những người giỏi hơn mình, chắc chắn bạn sẽ có thêm nhiều ý tưởng hay.

Hỏi: Tôi có thể đọc sách khác, sau đó tổng hợp lại thành sách của mình được không?

Đó cũng là một cách mà nhiều người thường làm. Họ góp nhặt các ý tưởng trong sách khác, hoặc tập hợp các bài viết trên mạng lại và gọi đó là một cuốn sách. Cách này không sai, bản thân tôi khi viết cũng có mượn một số ý tưởng từ sách khác mình từng đọc, song có một vài lưu ý cho bạn.

(1) Nếu là trích dẫn nguyên văn, bạn hãy ghi rõ nguồn gốc. Vì nhiều cuốn sách đã được đăng ký bản quyền nên bạn hãy xin phép tác giả trước khi đưa vào sách của bạn. Điều này đảm bảo cuốn sách của bạn sẽ được duyệt nếu đăng ký bản quyền.

(2) Nếu là mượn ý tưởng, thì bạn cũng đừng ngại nói rõ là bạn biết được điều đó từ đâu. Điều này sẽ càng làm cho độc giả tôn trọng bạn hơn, vì bạn là một người ham học hỏi và biết tôn trọng người khác.

(3) Dù là trích nguyên văn hay mượn ý tưởng, thì hãy tập trung vào chia sẻ kinh nghiệm áp dụng của bản thân bạn. Độc giả mua sách là vì kinh nghiệm của bạn, chính bạn mới có thể tạo khác biệt cho sách.

Độc giả bây giờ rất thông minh, nếu bạn chỉ tập hợp ý tưởng từ sách khác, hay mượn câu chữ của tác giả khác, họ có thể so sánh và biết ngay. Bạn sẽ đánh mất uy tín của mình nhanh hơn bất cứ cách nào khác.

Hỏi: Tôi có rất nhiều kinh nghiệm, nhưng chưa biết tổng hợp thành sách?

Đó là lý do tôi dành hẳn một chương lớn để giúp bạn hiểu tại sao cần viết lách có cấu trúc, cũng như từng bước để "xây" cuốn sách của bạn.

Nếu bạn cảm thấy có quá nhiều kinh nghiệm thì bước đầu tiên hãy cứ kiên trì thực hiện 7 Bước Xây Sách, và chúng sẽ giúp bạn chọn lọc ra những kinh nghiệm phù hợp nhất cho cuốn sách của bạn.

Tỉ phú Brian Tracy từng nói: “Bạn sẽ không có đủ thời gian để làm tất cả mọi thứ, nhưng bạn sẽ luôn có đủ thời gian để làm những thứ quan trọng nhất.”

Tương tự, Fususu tôi nói: “Trong sách bạn sẽ không có đủ chỗ để viết tất cả, nhưng bạn sẽ luôn có chỗ cho những gì quan trọng nhất.”

Hãy viết lách có cấu trúc, bạn sẽ luôn biết mình cần phải viết gì, viết thế nào để giúp độc giả tốt nhất. Hãy viết để thỏa mãn cái “tôi muốn biết” của độc giả, chứ không phải cái “tôi muốn viết” của bạn.

Hỏi: Tôi có một câu hỏi khác, muốn Fususu giải đáp thì phải làm sao?

Ở cuối sách có một hòm kho báu to bự, không chỉ giúp bạn viết lách hay hơn, mà việc xuất bản sách cũng sẽ thuận lợi hơn. Bạn cũng có thể tìm thấy Email cá nhân của Fususu, bạn có thể đặt câu hỏi cho tôi bất cứ lúc nào.

Tuy nhiên, hiệu quả nhất là bạn sử dụng tài khoản đọc sách Online cùng Fususu, và tới bất cứ chương nào bạn còn băn khoăn, thì hãy đặt câu hỏi ngay tại chương đó.

Bạn sẽ không chỉ được giao lưu với độc giả khác, mà còn nhận được câu trả lời trực tiếp từ tôi nhanh chóng hơn là qua Email, vì tôi cũng thường xuyên đọc lại sách của mình để hoàn thiện.



Hẹn Gặp Bạn Ở...

Bìa Sách Của Bạn!

Xin cảm ơn và chúc mừng bạn!

Đọc tới đây, tôi tin là bạn đã lọt top những người ít ỏi trên thế giới nắm được quy trình A-Z để có thể tự viết và xuất bản sách thành công, thậm chí đưa chúng tới tận tay độc giả. Chắc chắn sớm thôi, tôi sẽ được thấy bạn… trên bìa sách của bạn.

Khi xuất bản xong, hãy nhớ tặng tôi một cuốn nhé (hoặc chỉ cần nhắn tin thông báo, là tôi vui rồi)!

Tất nhiên, điều đó có xảy ra hay không, phụ thuộc vào hành động của bạn ngay lúc này. Nếu bạn cảm thấy có quá nhiều việc phải làm, thì hãy… đọc lại cuốn sách này một lần nữa, và thực hành ngay mọi bài tập mà bạn đã bỏ qua.

Đặc biệt, hãy đọc nhiều lần phần 5 Ngôi Sao và 7 Bước Xây rồi hành động. Đây là hai phần thực tiễn nhất, giúp bạn nắm được tinh thần của các cuốn sách 5 sao, và tạo ra kết quả trực quan nhất. Từng bước nhỏ mỗi ngày, chắc chắn bạn sẽ cầm sách trên tay.

Bật mí với bạn là phiên bản đầu tiên của cuốn sách này, nhờ áp dụng theo đúng các bước ấy, mà tôi hoàn tất trong chưa đầy một tháng. Do vậy, vì một tương lai tươi sáng của bạn, và hàng ngàn thậm chí hàng triệu người sẽ được hưởng lợi từ cuốn sách của bạn, tôi thiết tha cầu khẩn bạn:

Trước khi chia tay, tôi có một món quà nhỏ tặng bạn. Đó là một câu chuyện tôi tự sáng tác đã lâu trong một lần đang viết lách thì mất điện.

Sứ mệnh cây nến

Qua cửa sổ le lói ánh sáng ở một gác xép nọ, có hai giọng nói thì thầm. Đó là ông cháu nhà nến. Nến ông đã rất già với ngọn lửa yếu ớt và thân sáp chỉ còn đoạn ngắn.

“Ông ơi,” nến cháu nói. “Tại sao ánh sáng của cháu không chói lóa như các bạn đèn pin, đèn đường ngoài kia? Cháu sinh ra để làm gì?”

“Cháu yêu,” nến ông nói. “Ông cũng từng thắc mắc điều đó. Có lẽ vì mình có cái đầu sáp trọc lóc với một lọn tóc có thể cháy, nên người ta nói nến sinh ra là để đem lại ánh sáng cho con người. Chỉ duy nhất một việc đó thôi, cứ ai sáng hơn người đó sẽ tuyệt vời hơn, được con người trọng dụng hơn. Ông đã phản đối kịch liệt điều đó.”

“Tại sao vậy hả ông?”

“Nếu thế thì tại sao ông lại được sinh ra, không lẽ hàng tỉ thứ đèn các loại vẫn chưa đủ hay sao? Ông tin rằng, mình sinh ra không chỉ để làm một điều chán ngắt là cháy hết mình, rồi tắt ngóm. Ông tin rằng mình có thể làm một điều gì khác biệt. Và ông đã làm được.”

“Ông đã làm gì?”

Nến cháu vừa dứt lời thì một cơn gió thổi qua. Nến cháu ngã ngửa và tắt lửa, chỉ còn sót lại một làn khói trắng đong đưa. Mọi thứ trở nên tối tăm, nến cháu hoảng sợ, nằm co ro.

"Ông ơi," nến cháu gào lên. "Có lẽ cháu phải ra đi trước ông rồi!"

Nến ông cười ha hả. "Thôi nào cháu yêu, cháu còn cả quãng đời phía trước. Hãy cố gắng lăn tới gần chỗ ông nào."

Trong cơn run rẩy vì lạnh, nến cháu cố hết sức lăn về hướng ánh sáng yếu ớt của ông. Rồi tự nhiên, nó cảm thấy một nguồn năng lượng chảy qua toàn thân, ngọn lửa trên đầu nó rực sáng hơn bao giờ hết, nỗi sợ hãi hoàn toàn tan biến.

Nến ông nói, "Đó là điều mà các loại đèn dù sáng tới mấy cũng không thể làm được, và cũng là điều ông đã làm cả cuộc đời."

Nến cháu rưng rức nước mắt, im lặng lắng nghe ông nói tiếp.

"Trên đường đi, sẽ có những ngọn nến không may tắt trước sóng gió cuộc đời. Dù ngọn lửa của cháu có yếu thế nào, cháu vẫn có thể thắp sáng cho họ. Càng giúp nhiều người tỏa sáng, ánh sáng của cháu sẽ càng có ý nghĩa, cháu sẽ trở thành người sáng nhất trong cuộc đời họ."

Nói tới đó, ngọn lửa của nến ông tắt lịm. Nến cháu bật khóc. Nến ông đã ra đi, nhưng ánh sáng của ông sẽ mãi cháy sáng trong tâm trí cháu với một niềm tin mãnh liệt: Dù ngọn lửa của mình có yếu thế nào, thì nó vẫn có thể thắp sáng cho ai đó ngoài kia.

Hãy thắp sáng thế gian bằng sách của bạn!

Một lần nữa, dù bạn là ai, dù bạn thế nào thì khi đã sinh ra, chắc chắn bạn mang trong mình tài năng tiềm ẩn nào đó. Tài năng ấy sẽ giúp bạn vượt qua khó khăn nghịch cảnh và thu về những kinh

nghiệm độc đáo, giúp bạn tỏa sáng theo cách riêng của mình.

Khi bạn có duyên với viết sách là bạn có duyên với một sứ mệnh cao cả, vì khi sách xuất bản thành công và tới tay mọi người, bạn sẽ không thể biết trước ánh sáng tri thức của mình sẽ thắp sáng cho ai, và sẽ mang lại kết quả tuyệt vời thế nào đâu.

Bóng tối trong hang dù bao nhiêu ngàn năm, cũng sẽ bị xua tan bởi ánh sáng từ ngọn nến nhỏ. Tôi hi vọng chút ánh sáng của tôi từ cuốn sách này, giúp bạn xua tan bóng tối của hoài nghi, để tự tin tỏa sáng và truyền đi ánh sáng tri thức của bạn.

Đừng chỉ cháy hết mình và thỏa mãn với cuộc sống của bạn, hãy viết xong cuốn sách, hãy thắp sáng những cây nến khác và làm thế gian sáng bừng!

Từ từ, vẫn còn quà cho bạn!

Như đã hứa, ở cuối sách là một đường Link, dẫn tới một Group bí mật, nơi kết nối các tác giả tương lai, được theo dõi và hỗ trợ bởi FuSuSu. Nếu bạn có bất cứ câu hỏi nào về việc viết sách, tự xuất bản sách, thậm chí in sách ở đâu, v.v… hãy thoải mái đặt câu hỏi trên đó.

Bên cạnh đó, trong Link ấy cũng cập nhật những món quà tặng mới nhất, giúp bổ trợ cho quá trình viết sách của bạn. Tất nhiên, bạn hoàn toàn có thể kết nối trực tiếp với tôi qua thông tin liên lạc bên dưới.

Mong tin tốt lành,

Hẹn gặp lại bạn… ở trên bìa sách của bạn!

FuSuSu - Nguyễn Chu Nam Phương

Facebook cá nhân: facebook.com/phuongss

Email cá nhân: namphuong@fususu.com

Fanpage: https://facebook.com/fususu.blog

Tái bút. Thật là tuyệt khi bạn đã đọc tới đây, bạn làm tôi nhớ tới mình ngày xưa. Khi đã đầu tư cho cuốn sách nào, tôi đều cố gắng đọc tới trang cuối cùng. Lúc đó tôi tin rằng, "Ngày hôm nay tôi đọc tới trang cuối cuốn sách của họ, để sau này tôi có thể viết tới trang cuối cùng cuốn sách của mình."

Nếu tôi làm được, bạn cũng sẽ làm được!



Bạn có thể quét mã QR, hoặc dùng Link dưới và làm theo hướng dẫn để nhận quà.